МЕНАЏМЕНТ УСТАНОВА КУЛТУРЕ У ФУНКЦИЈИ РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА

By Jelena Vukčević

WORD COUNT 79065
TIME SUBMITTED 07-OCT-2024 09:28AM
PAPER ID 112172678

УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУНУМ
БЕОГРАД
ДЕПАРТМАН ЗА ПОСЛЕДИПЛОМСКЕ СТУДИЈЕ

ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

МЕНАЏМЕНТ УСТАНОВА КУЛТУРЕ У ФУНКЦИЈИ РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА

МЕНТОР:
Проф. др Никица Радовић

СТУДЕНТ:
Јелена Вукчевић

БРОЈ ИНДЕКСА: 2018455054

Београд, 2024. године

САДРЖАЈ 2

УВОДНА РАЗМАТРАЊА 1

Предмет и циљ истраживања 3

Методологија истраживања 7

Хипотезе истраживања 12

Научни допринос теме 14

Структура рада 15

1. ТЕОРИЈСКЕ ОСНОВЕ УПРАВЉАЊА УСТАНОВАМА КУЛТУРЕ 17

1.1. Менаџмент 17

1.2. Установе културе 19

1.3. Менаџмент установа културе 25

1.3.1. Менаџмент музеја 28

2. УПРАВЉАЊЕ КУЛТУРНИМ ТУРИЗМОМ 32

2.1. Културни туризам 32

2.1.1. Врсте културног туризма 41

2.2. Културни туризам у Европи 48

2.3. Културни туризам у Републици Србији 54

3. ОСНОВЕ И ПОТЕНЦИЈАЛИ ЗА КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ У РАШКОМ И РАСИНСКОМ ОКРУГУ 62

3.1. Рашки управни округ 84

3.1.1. Нови Пазар 87

3.1.2. Краљево 90

3.1.3. Врњачка Бања 94

3.1.4. Рашка 97

3.1.5. Тутин 99

3.2. Расински управни округ 102

3.2.1. Крушевац 105

3.2.2. Трстеник 109

3.2.3. Александровац 114

3.2.4. Брус 116

3.2.5. Варварин 118
3.2.6. Ћићевац 121
4. АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА АНКЕТНОГ ИСТРАЖИВАЊА 124
4.1. Преглед досадашњих истраживања 124
4.2. Ток анкетног истраживања 127
4.3. Анализа и ограничење истраживања 130
4.4. Резултати истраживања 132
5. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА 221
6. ПРИЛОЗИ 228
6.1. Упитници 228
6.1. Графички прилози 256
7. БИБЛИОГРАФИЈА 265
8. ЗАХВАЛНИЦЕ 284

УВОДНА РАЗМАТРАЊА

Светска туристичка организација (UNWTO) дефинише туризам као „социјални, културни и економски феномен који подразумева кретање људи у земље или места ван њиховог уобичајеног окружења због личних или пословних/професионалних разлога“ (UN Tourism, 2008).

Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016 – 2025. међу савременим трендовима у мотивима туриста наводи интензиван одмор, тежњу туриста да пробају нешто ново и да доживе аутентична искуства на одмору („живети као локалци“), али посебно истиче: „пораст броја посета најзначајнијим сегментима покретног, непокретног и нематеријалног културног наслеђа“ као и „раст групних посета … значајним институцијама и споменицима културе, војним меморијалима и местима страдања, као и подручјима значајних дешавања“. Према SWOT анализи туризма Републике Србије једна од предности (снага) за туристички развој је културна баштина (Стратегија развоја туризма РС 2016 – 2025, 22).

Установе које воде рачуна о културном наслеђу, покретном, непокретном и материјалном и нематеријалном, које се помиње у Стратегији развоја туризма Републике Србије 2016 – 2025. су установе заштите и очувања (музеји, библиотеке, архиви, заводи за заштиту споменика) и установе културе (културни центри и друге поливалентне установе). О споменицима културе, војним меморијалима и подручјима значајних дешавања примарно се старају Заводи за заштиту споменика, републички, покрајински и регионални.

Установе заштите и очувања и установе културе, као носиоци очувања локалне и националне културне баштине и културног наслеђа, кроз обезбеђивање услуга директно намењених посетиоцима (организација и реализцаија изложби, програма, радионица, едукација, вођених тура и слично), уз хотеле, превознике, туристичке агенције, туроператоре, ресторане, атракције итд. дају директан допринос глобалном БДП-у (Стратегија развоја туризма РС 2016 – 2025).

Докторска дисертација „Менаџмент установа културе у функцији развоја културног туризма“ проучава установе културе и установе заштите и очувања, на територији Рашког и Расинског управног округа, које баштине покретна и непокретна културна добра и свакодневно имају комуникацију са домаћим посетиоцима и са иностраним туристима. Поред наведеног, истраживање се бави менаџментом ових установа и

њиховим потенцијалима да утичу на развој културног туризма на територији на којој се налазе. Због практичних разлога, усвојено је да се под термином „установе културе“, како је наведено у наслову, означавају и установе заштите и очувања које имају своју делатност на проучаваној територији. Ово дисертационо истраживање састоји се од увода, четири поглавља са потпоглављима и закључних разматрања.

У Уводном делу истраживања су представљени предмет и циљ истраживања, методолошки приступ у истраживању, дефинисане су хипотезе и научни допринос теме, резимирана је структура рада. Први део дисертације „Теоријске основе управљања установама културе“ дефинише појам менаџмента, проучава законску и правну регулативу Републике Србије о делатности установа културе и установа заштите и очувања, и дефинише теоријске основе менаџмента установа културе са посебним освртом на менаџмент музеја, који су кроз истраживање препознати као генератори развоја културног туризма на проучаваној територији. Други део дисертације „Управљање културним туризмом“ се састоји од прегледа релевантне домаће и стране литературе новијег датума која дефинише културни туризам, видове културног туризма, затим културни туризам у Европи и културни туризам у Републици Србији. Трећи део рада „Основе и потенцијали за културни туризам у Рашком и Расинском округу“ даје кратак преглед географских, демографских и природних карактеристика по градовима и општинама Рашког и Расинског управног округа, мапира установе заштите и очувања и установе културе као и најважније културне ресурсе који се могу ставити у функцију културног туризма и бави се анализом ресурса културног туризма у ова два управна округа која су предмет истраживања. Четврти део рада „Анализа резултата анкетног истраживања“ обухвата четири потпоглавља. Овај део рада доноси преглед истраживања која се баве Рашким и Расинским округом у оквирима дефинисаним истраживањем, даје ток анкетног истраживања, анализира ограничење истраживања у смислу величине узорка испитаника и географски дефинисане територије и презентује резултате истраживања. На крају дисертације, у петом поглављу су дата Закључна разматрања, а у последња два поглавља, шестом и седмом, су дати прилози (упитници и графички прилози са циљем да илуструју резултате истраживања у виду табела, графикона и схема) и библиографија која обухвата азбучни преглед коришћене литературе.

Предмет и циљ истраживања

Докторска дисертација „Менаџмент установа културе у функцији развоја културног туризма“ је производ свеобухватног вишегодишњег, мултидисциплинарног истраживања. Предмет истраживања овог рада је истраживање менаџмента и одрживог развоја установа културе у циљу развоја туризма са акцентом на културни туризам у оквиру Рашког и Расинског округа. Територијални опсег истраживања је сконцентрисан на територију Рашког и Расинског округа као једне целовите географско-историјске, културолошке и туристичке целине која до сада није довољно истраживана, те ће у наведеном смислу рад имати оригинални научни допринос испитивања утицаја културе и установа културе у развоју туризма једне дестинације.

Рашки и Расински округ, који припадају административном региону Шумадија и Западно Поморавље, су два, културно-историјски, географски и саобраћајно, повезана округа Републике Србије слична по својим природним и културно-историјским карактеристикама, чиме чине једну повезану географску и културну регију са посебним природним и створеним обележјима, инфраструктурним карактеристикама, структуром привреде и обичајима локалног становништва. За потребе овог дисертационог истраживања мапирани су сви истраживачки радови који се баве управљањем установама културе и установама заштите и културним туризмом на територији Републике Србије са посебним освртом на малобројна истраживања која проучавају све напред наведено на територији Рашког и Расинског округа..

На географску, историјску и културолошку повезаност Рашког и Расинског округа указују следеће чињенице:

- Рашки и Расински округ се налазе у Централној Србији, у региону Шумадија и Западно Поморавље и међусобно се граниче. Са више од пола милиона становника, и преко 6.000 км², ова два округа заузимају 7,12% укупног броја становништва Републике Србије и чине 6,79 % њене површине.
- Саобраћајна инфраструктура је добро развијена. Ова два округа карактерише мала просторна удаљеност градских центара: Краљево (Рашки управни округ) је од Крушевца (Расински управни округ) удаљено 62 километра, а између њих се налази Врњачка Бања (Рашки управни округ) која је од Краљева удаљена 23 километра, од Крушевца 39 километара, а од Трстеника (Расински управни округ) 12 километара.

- Центри Рашког и Расинског округа су близу главних државних саобраћајница што омогућава једноставан и брз транспорт домаћих туриста са територије целе републике, односно иностраних туриста због близине велике ваздушне луке, аеродрома „Никола Тесла“. Крушевац, центар Расинског управног округа, је од ауто-пута Е-75 (Коридор 10) удаљен 24 километра, а Краљево, центар Рашког управног округа, је од ауто-пута Е-763 (Коридор 11) удаљено 36 километара. Осим тога, кроз ова два округа ће проћи будући Моравски коридор (Е-761), у дужини од 112 километара, ауто-пут који повезује саобраћајнице Е-75 и Е-763.

- Моравски коридор се, преко Коридора 11, може повезати са луком Бар и даље, преко ње и Јадранског мора, са Италијом. Спајањем са Коридором 10, Моравски коридор ће повезати становништво Рашког и Расинског округа на југу са Грчком, односно на северу са Мађарском и другим земљама чланицама Европске уније.

- Инфраструктурне капацитете Рашког и Расинског округа повећава Аеродром „Морава“ код Краљева (пуштен у саобраћај 2019), који повезује овај део Србије са Аустријом и Немачком током целе године, а у летњој сезони и са Грчком.

- Подручје Рашког и Расинског округа припада брдско-планинском подручју југозападне Србије и има умерено-континенталну климу са просечном летњом температуром од 21,8 степена, односно зимском од 0,3 степена Целзијуса.

- Рашки и Расински округ имају сличне природне карактеристике. Планине ова два округа, осим Копаоника који тек за 17 метара прелази надморску висину од 2.000 метара, спадају у планине средње висине. Географску особеност ова два округа чини богатство река. Река Западна Морава са реком Ибар, својом највећом притоком, доминира својим водотоком и повезује Рашки и Расински округ.

- На данашњој географској мапи Рашког и Расинског округа могу се назрети трагови једног будућег мегалополиса јер је ток Западне Мораве тако густо насељен да се губе границе између насељених места.

- Рашки и Расински округ су богати бањама. Поред Врњачке Бање која представља развијену туристичку дестинацију у овом делу Србије, на територији овог округа се налазе и Матарушка Бања, Новопазарска Бања, Богутовачка Бања, Рибарска Бања са својим неискоришћеним потенцијалима.

- Рашки и Расински округ деле заједничко културно-историјско наслеђе. У средњем веку су представљали центар Немањићке и Моравске Србије. О томе сведоче бројна утврђења у Рашком (средњовековни градови Маглич, Брвеник и Рас) и у

Расинском округу (Кула Тодора од Сталаћа, Лазарев град у Крушевцу, Јеринин град код Трстеника, Козник у александровачкој Жупи) као и цркве и манастири: Студеница, Сопоћани, Градац, Жича, црква Светог Петра и Павла у Расу, Ђурђеви Ступови у Рашком округу и манастири Велуће и Љубостиња у Расинском округу. Осим тога, Рашки и Расински округ су од 1975. до 1990. чинили једну административно-управну целину у оквиру Међуопштинске регионалне заједнице (МРЗ) Краљево.

За потребе истраживања, на територији Рашког и Расинског округа је идентификовано петнаест установа културе (два позоришта и тринаест других установа културе[1]) и османаест установа заштите (три архива, десет библиотека, Завод за заштиту споменика Краљево, Народни музеј Краљево, Народни музеј Крушевац и Завичајни музеј Жупе Александровац који укључује Музеј винарства и виноградарства, Завичајни музеј Ћићевац у оснивању) и десет туристичких организација. Од туристичких организација једна има територијалну надлежност (Регионална туристичка организација Санџака), три су градске (Туристичка организација Крушевац, Туристичка организација Краљево и Туристичка организација Нови Пазар) и шест општинских туристичких организација (у Трстенику, Александровцу, Врњачкој Бањи, Ћићевцу, Варварину и Брусу).

Истраживање је спроведено и кроз рад на терену, испитивање домицилног становништва,[2] посетилаца културних програма и запослених у установама културе, али и кроз ауторкино учествовање у организацији и реализацији локалних и регионалних манифестација (Јефимијини дани, Дани винара и виноградара, Трстеник на Морави, Ноћ музеја), путем сарадње са колегама из културних установа и туристичких организација са територије Републике Србије. У 2022. години ауторкино дисертационо истраживање је подржано и кроз пројекат „Мобилност уметница и радница у културним и креативним индустријама“ у оквиру програма „Родна равноправност рађа културну разноликост“ који је финансиран од стране УНЕСКО-вог интернационалног фонда за културну разноликост. Том приликом, у јулу месецу, ауторка је провела недељу дана у Требињу, у резиденцијалној установи „Музеј Херцеговине“ и спровела анкетно истраживање међу

[1] Углавном културних центара, али су у ову групу смештени и биоскопи, народни универзитети, мултимедијални центри, културно-просветне заједнице и слично.

[2] Први резултати истраживања су публиковани у: Вукчевић, Ј. Антић, Д. (2021). Установе културе као носиоци развоја националног идентитета и културног туризма, *Зборник радова Филозофског факултета Универзитета у Приштини*, LI(1)/2021, Косовска Митровица, стр. 237 – 264. и у: Стојковић, Ј., Вукчевић, Ј. (2019). Потенцијали за развој мрачног туризма у Републици Србији на примеру села Медвеђа, Општина Трстеник, *Иновације као покретач развоја „Иновативна делатност – савремени изазови и решења*“, Зборник радова са међународног скупа Мефкон, Београд, стр. 242 – 251.

запосленима у јавним установама и туристима који су у том моменту били у посети Требињу.

Уз све наведено, ова два округа, које карактерише постојање неколико развијених локалних туристичких дестинација (међу којима се издвајају Врњачка Бања и Копаоник) не користе у потпуности све потенцијале културно-историјске баштине које поседују. Богатство и особеност културно-историјског наслеђа Рашког и Расинског округа би, уз одговарајућу туристичку валоризацију, дало услове за развој културног туризма, али и туризма уопште, на територији ова два округа.

Генерални циљ истраживања је истраживање односа између установа културе и туризма као и тражење начина на који установе културе могу да повећају ангажовање у културно-туристичкој понуди Рашког и Расинског округа. Професионално и стручно управљање установама културе и њихова укљученост у туристичко тржиште на примерима и искуствима земаља Европске уније, показује да установе културе значајно доприносе развоју културног туризма, и обрнуто: са развојем културног туризма долази и до развоја установа културе. Развојни потенцијал културног туризма на наведеној територији два округа је неодвојив од развоја установа културе као носиоца и креатора културно-туристичке понуде. Проучавањем ставова стејкхолдера о културном туризму, конкретно запослених у установама културе, као и проучавањем ставова посетилаца о културно-туристичкој понуди циљ је да се покаже како менаџмент установа културе доприноси развоју културе и културног туризма. На крају, циљ истраживања је подизање свести о важности и значају које установе културе имају на људско друштво као целину кроз активности на очувању и промоцији културно-историјског наслеђа.

У том смислу, дефинисани су следећи задаци истраживања:

1. Проучавање друштвених, културних и историјских особености Рашког и Расинског округа погодних за развој установа културе и културног туризма;
2. Проучавање ресурса културног туризма на територији Рашког и Расинског округа (културна добра, легислатива, организациони ресурси, установе културе, манифестације);
3. Проучавање свеукупне културне програмске понуде установа културе на територији Рашког и Расинског округа;
4. Проучавање навика конзумената културних програма о начинима на које проводе своје слободно време;
5. Проучавање мотива посетилаца да посећују установе културе и програме које те установе организују;

6. Проучавање ставова и перцепције посетилаца установа културе о понуди културних програма (квалитет програма, квантитет програма, радно време, релевантност програма ...);
7. Проучавање ставова запослених у установама културе и посетилаца о начинима информисања посетилаца о програмима које организују установе културе;
8. Проучавање општег задовољства посетилаца установа културе.

Осим свега наведеног, важност овог истраживања лежи и у чињеници да ће у наредном периоду кроз истраживану територију проћи Моравски коридор, па ће бити мерљиви резултати прилива туриста, туристичких долазака и посета, пре и после изградње и пуштања саобраћаја на траси Моравског коридора. Такође, идеја је да се укаже на добре моделе управљања културних установа у сврху обогаћивања туристичке понуде у ова два округа, али и да се утврди могућност развоја неких, до сада неискоришћених, културних ресурса који у себи имају потенцијал једне туристичке атракције.

Изградњом аутопута Е-761, на деоници од Појата до Прељине код Чачка, познатог и под именом Моравски коридор, као важне саобраћајнице која повезује коридоре 10 и 11, Рашки и Расински округ се могу позиционирати на културно-туристичкој мапи Србије као незаобилазне и лако доступне туристичке дестинације за љубитеље историје, традиције и културе (извор: Коридори Србије, 2020).

Методологија истраживања

У методолошком поступку истраживања, због комплексности теме која се проучава, примењиван је интердисциплинарни поступак прикупљања теоријских сазнања који подразумева проучавање теорије менаџмента, теорије туризма, менаџмента у туризму са посебним фокусом на културни туризам, делатност културних установа и њихов менаџмент, потом легислативу и правна акта која уређују њихово деловање, као и проучавање науке о одрживом развоју у корелацији са друштвеном групом наука међу којима су примат имале историја, херитологија и музеологија.

Током теоријског истраживачког поступка примећено је да се темом Рашког и Расинског округа, развојем туризма у овој области, установама културе и њиховим

менаџментом бавило јако мало истраживача. На моменте се долазило до закључка да су делови истраживане области „tabula rasa“ за истраживање што је усложњавало истраживачки поступак. Наиме, ауторка истраживања није успела да пронађе ни једно научно дело које се бави културно-историјским наслеђем и његовим туристичким потенцијалима на територији Рашког и Расинског округа у целини; такође, не постоји ни једно научно дело које се бави културно-историјским наслеђем, улогом установа културе у интерпретацији овог наслеђа као и његовог стављања у функцију културног туризма ни једног града или општине Рашког и Расинског округа понаособ. Ауторка је успела да мапира неколико научних радова и истраживања који се баве појединим микро-дестинацијама на територији која је предмет овог истраживања и ти радови су наведени у потпоглављу 4.1. „Преглед досадашњих истраживања“, са напоменом да о Варварину, Брусу и Ћићевцу ауторка није успела да пронађе научне радове који се баве њиховим културно-историјским наслеђем и њиховим културно-туристичким потенцијама.

Како би се дошло до података потребних за добијање релевантних истраживачких претпоставки у циљу постављања хипотеза примењено је неколико метода: метода перцепције и метода посматрања са учествовањем, метода кабинетског истраживања, метода емпиријског истраживања, метода анализе, нормативна метода, метода синтезе, статистичка метода и метода верификације. Разнородност примењиваних метода је била императив због интердисциплинарног карактера истраживања.

Прва примењена метода, **метода перцепције и метода посматрања са учествовањем**, у почетку, није примењивана у сврхе израде докторске дисертације. Ову методу је ауторка примењивала интуитивно, кроз дугогодишњу праксу креирања и размене културних програма, који су гостовали широм Републике Србије и у иностранству, у циљу промоције богатог културно-историјског наслеђа Трстеника и околине и кроз, у почетку неформалне, разговоре са колегама из струке. Тада је примећен један негативни тренд међу запосленима у култури у вези програмске продукције намењене тржишту условљен дугогодишњим положајем радника у култури. Како је ауторка више година радила као сезонски туристички водич и у четворогодишњем мандату била председница Управног одбора Туристичке организације општине Трстеник (2014 – 2017), узимала је активног учешћа у промоцији и организацији локалних туристичких програма и манифестација, креирању буџета и слично. Тада је примећено да су сви напори ограниченог домета као и да је долазак туриста, било домаћих било страних, на незадовољавајућем нивоу. Све ово је условило дубљу анализу ситуације у култури и туризму како на територији општине Трстеник тако и на територији локалних

самоуправа са којима се сарађивало, након чега су уследили информативнији и формалнији разговори са запосленима у установама културе са циљем да се дође до решења настале ситуације условљене непостојањем или неспровођењем локалних стратегија и развојних планова културе и туризма, слабе интерсекторске сарадње између културе и туризма и слично.

Након институционализације истраживања, односно почетка докторских студија, 2018. године, примењиване су и друге истраживачке методе, али је још активније настављено са методом перцепције и методом посматрања са учествовањем.

Метода кабинетског истраживања је подразумевала кабинетско истраживање релевантне литературе и званичних интернет страница водећих светских и домаћих организација и институција из области туризма и културе. Коришћена литература и интернет извори су излистани у поглављу „Библиографија“. Истраживање обухвата територију Рашког и Расинског округа па је примарни фокус кабинетског истраживања била литература из области културе и туризма која проучава наведену територију. Кабинетско истраживање је имало за циљ прикупљање података ради формирања теоријске базе о најважнијима облицима културно-историјског наслеђа Рашког и Расинског округа. У питању је културно-историјско наслеђе Рашког и Расинског округа које поседује довољно елемената да формира туристички производ или да постане део туристичког производа (попут споменика који су уписани на УНЕСКО листу, споменика који су категорисани као непокретна културна добра, знаменитих историјских личности или догађаја из различитих временских периода, фолклорних и урбаних легенди, установа културе, манифестација).

Емпиријска метода прикупљања података поступком анкетирања је имала за циљ да докаже или оповргне хипотезе до којих се дошло након методе перцепције, методе проучавања са учествовањем и кабинетског истраживања. У Поглављу 4 „Анализа резултата анкетног истраживања“, потпоглавље „Ток анкетног истраживања“, биће детаљније објашњено дизајнирање упитника, структура упитника и њихова дистрибуција. Бланко упитници дистрибуирани у циљу емпиријског истраживања су представљени у потпоглављу 6.1. „Упитници“.

Нормативна метода је подразумевала проучавање националних и иностраних стратегија, декларација и конвенција, закона и подзаконских аката, препорука и декларација међународно признатих организација. Ова метода је обухватила проучавање важеће кровне легислативе, законе и стратегије националног нивоа из области туризма и подједнако важеће кровне легислативе и стратегије националног нивоа из области

културе, потом међународне декларације и конвенције, као и локалне стратегије и развојне планове.

- Законска регулатива на националном нивоу која је анализирана у оквиру нормативне методе (закони и ратификоване међународне конвенције): Закон о јавним службама („Сл. гласник РС“, бр. 83/2014), Закон о култури („Сл. гласник РС“, бр. 72/09, 13/16, 30/16 – исправка), Закон о културним добрима: („Сл. гласник РС“ 71/1994-2425, 52/2011-10 - др. закон, 52/2011-16 - др, закон, 99/2011-3 - др. закон, 6/2020-31 - др. закон), 35/2021-3 - др. закон, 76/2023-19 - др. закон[3]), Закон о културном наслеђу Републике Србије („Службени гласник РС”, број 129 од 28. децембра 2021), Закон о музејској делатности („Сл. гласник РС“, бр. 35/2021 и 96/2021), Закон о ратификацији конвенције за заштиту културних добара у случају оружаног сукоба, („Сл. лист ФНРЈ – Међународни уговори и други споразуми“, број 4/56), Закон о територијалној организацији Републике Србије („Сл. гласник РС“, бр. 129/2007, 18/2016 и 47/2018), Конвенција о заштити светске културне и природне баштине („Службени лист СФРЈ“, Међународни уговори, бр. 56/74), Конвенција о очувању нематеријалног културног наслеђа („Службени гласник РС“, Међународни уговори, бр. 1/2010).
- Стратегије и стратешки документи из области културе и туризма, на националном и регионалном нивоу: Стратегија развоја културе Републике Србије од 2020. до 2029. година са Акционим планом (нацрт), Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016 – 2025. („Сл. гласник“ бр. 98/2016), Стратешки приоритети развоја културе Републике Србије (2021).
- Декларације и конвенције UNWTO, UNESCO (Организација Уједињених нација за образовање, науку и културу), ICOMOS (Међународни савет за споменике и локалитете) и других међународних организација у култури и туризму: The Hague convention (1954) Protection of cultural property in the Event of Armed Conflict; UNESCO (1956) Records of the General Conference, Resolutions, New Delhi; UNESCO (1962) Recommendation concerning the Safeguarding of Beauty and

[3] Закон о културним добрима је престао да важи даном почетка примене Закона о културном наслеђу („Службени гласник РС“, број 129/2021), односно 5. јануара 2023. године, осим одредаба чл. 66 – 75. у делу који се односи на рад завода за заштиту споменика културе и кинотеке, чл. 78, 80, 84. и 85. у делу који се односи на рад завода за заштиту споменика културе, чл. 86 – 95. у делу који се односи на кинотеке, чл. 99 – 110, члана 111. у делу који се односи на кинотеке, чл. 112 – 117, члана 120. у делу који се односи на кинотеке и чл. 127 – 128 (види члан 137. Закона - 129/2021-120).

Character of Landscapes and Sites; The Venice Charter (1964): international charter for the conservation and restoration of monuments and sites; UNESCO (1971) Convention on Wetlands of International Importance especially as Waterfowl Habitat; UNESCO (1972) Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage; Council of Europe (1972) European Soil Charter; Council of Europe (1975) European Charter of the Architectural Heritage; ICOMOS (1982) Tlaxcala Declaration on the Revitalization of Small Settlements; Council of Europe (1985) Convention for the Protection of the Architectural Heritage of Europe; ICOMOS (1987) The Washington Charter: Charter on the Conservation of Historic Towns and Urban Areas; UNESCO (1989) Paris Congress general conclusions, recommendations and suggestions for action; UNESCO (1993) The Oaxaca Declaration; ICOMOS (1994) The NARA document on authenticity; UNESCO (2003) Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage; ICA, ICOM, ICOMOS, IFLA (2024) Declaration on the protection of archives, libraries, museums and heritage places during armed conflict and political instability.

- Локалне стратегије и развојни планови: Стратегија развоја града Краљева, Скупштина града Краљева (истекла); Стратегија урбаног развоја града Новог Пазара 2023 – 2034. године; План развоја општине Тутин 2022 – 2028. године; План развоја општине Александровац 2021 – 2027. године; План развоја општине Брус за период од 2022. до 2029. године; План развоја општине Варварин 2021 – 2028. године; План развоја општине Трстеник 2021 – 2027. године; Програм развоја туризма града Краљева 2019 – 2020. године; Програм развоја туризма града Крушевца за период од 2019. до 2024. године; Програм развоја туризма општине Врњачка Бања за период од 2022 - 2025. године.

У оквиру **статистичке методе** обрађени подаци су прикупљени уз помоћ упитника формулисаних на основу стандардизоване модификоване методологије упитника које су у досадашњим истраживањима користиле ауторке Кали (2010) и Медић (2015). Прикупљени подаци из реализованих анкета обрађени су применом статистичких софтвера SPSS (верзија 26) и STATISTICA (верзија 12). Међу статистичким анализама је коришћен и Mann Whitny U тест. Овај тест је коришћен јер пореди медијане две групе. У истраживању које је спроведено, најчешће су коришћене варијабле: пол (мушко – женско), школска спрема (средња, висока) као и поседовање одговарајућих пратећих логичких садржаја (да – не). Наведене варијабле контролише постојање две независне групе, што је и један од предуслова за спровођење Mann Whitny U теста. Зависне

варијабле су одговори на петостепеној Ликертовој скали која је ординална. Како се испитује разлика између два независна узорка по зависној варијабли која је ординална, у суштини, испитивана је разлика између две медијане.

Од осталих метода, примењене су **метода анализе и синтезе** издвајања релевантних информација добијених кабинетским истраживањем и анкетирањем, повезивање тако добијених информација са циљем формирања хипотеза и **верификациона метода** која ће послужити за проверу постављених хипотеза.

Хипотезе истраживања

При постављању хипотеза пошло се од претходно потенцираних чињеница (Поглавље „Предмет и циљ истраживања“) које указују на заједничке карактеристике географски повезаних територија Рашког и Расинског округа (инфраструктура, саобраћајнице, географске и историјске карактеристике). На основу наведеног, закључено је да територија Рашког и Расинског округа, са својим општим карактеристикама и културно-историјским наслеђем у актуелном моменту није целовита регионална туристичка дестинација, али поседује потенцијале да се формира као таква и да свој развој базира на понуди културног туризма за шта је неопходно дугорочно и планско управљање културним ресурсима засновано на међуодносу менаџмента културе и туризма.

На основу прикупљених података из домаће и стране литературе коришћене за потребе теоријског истраживања и на основу очекивања током истраживања на терену, издвојено је десет (10) хипотеза на основу којих је спроведено даље истраживање. Почетна хипотеза је Општа хипотеза. Преосталих девет хипотеза су посебне хипотезе и имају за циљ да се њима прецизира Општа хипотеза (Вуковић, Штрбац, 2019: 95).

Општа хипотеза: Рашки и Расински округ поседују потенцијале за развој културног туризма, а примарни носиоци развоја културног туризма су установе културе.

Општа хипотеза ће бити доказана или побијена посебним хипотезама, односно њиховим доказивањем или побијањем. Прве три хипотезе су тестиране уз помоћ Упитника 1 и Упитника 2, Хипотезе 4 и 5 су тестиране компаративним статистичким

методама примењеним на сва три Упитника, а преостале хипотезе (6 – 9) су тестиране уз помоћ Упитника 3.

Хипотеза број 1: Установе културе које су у својим програмским активностима усмерене на развој туризма (имају туризам у својој агенди/статуту, сарађују са локалном туристичком организацијом, планирају програме у складу са туристичким тржиштем) имају већи број туриста као посетиоце у односу на друге установе културе.

Хипотеза број 2: Установе културе које имају одговарајућу инфраструктуру (сталну поставку, обезбеђен паркинг за посетиоце, сувенирницу и слично) имају већи број посетилаца у односу на установе културе које немају одговарајућу инфраструктуру.

Хипотеза број 3: Запослени у установама културе који учествују у менаџменту установа културе немају позитиван став према културном туризму.

Хипотеза број 4: Постоји статистички значајна разлика перцепције испитаних посетилаца установа културе и запослених у тим установама о начинима информисања везаних за понуду културних програма.

Хипотеза број 5: Ставови испитаних посетилаца установа културе се разликују, на статистички значајан начин, у односу на ставове запослених у овим установама у вези са побољшањем и модернизацијом програмске понуде установа културе.

Хипотеза број 6: Постоје значајне статистичке разлике, према социо-демографским атрибутима испитаних посетилаца, о томе како доживљавају установе културе.

Хипотеза број 7: Мотивисаност за посету установама културе показује значајне статистичке разлике засноване на социо-демографском профилу испитаних посетилаца.

Хипотеза број 8: Мотивисаност за посету установама културе показује значајну статистичку повезаност у односу на то како испитани посетиоци организују своје слободно време.

Хипотеза број 9: Ниво задовољства посетом установама културе у значајној је статистичкој вези са социо-демографским атрибутима испитаних посетилаца.

Научни допринос теме

Мултидисциплинарно истраживање менаџмента установа културе у функцији развоја културног туризма има за циљ да анализира узрочно-последичну везу управљања установама културе у функцији развоја културног туризма. Како су у Републици Србији одвојена ресорна министарства за културу и туризам (Министарство културе и Министарство туризма и омладине) није довољно видљива сарадња између сектора културе, у оквиру кога послују установе културе и установе заштите и очувања, и сектора туризма у оквиру кога се доносе стратешки планови за развој свих видова туризма (па и за културни туризам који је важан за ово истраживање).

Значај и научни допринос овог истраживања се огледа у научним анализама улоге установа културе у развоју културног туризма, анализама перцепције и ставова менаџмента и запослених у установама културе и посетилаца установа културе. Осим тога, истраживање је значајно и због тога што ће у оквиру њега бити истражено тренутно стање културног туризма на територији Рашког и Расинског управног округа, које до сада није спроведено, а добијени резултати истраживања ће потврдити или оповргнути у претходном поглављу постављене хипотезе. Све наведено ће омогућити, у даљим истраживањима, да се дефинише даље управљање установама културе са циљем унапређења и развоја културног туризма на територији Рашког и Расинског управног округа, али и уопште на територији Републике Србије.

Спроведено истраживање, у коме се проучавају ставови, навике и мотиви посетилаца културних програма, ће дати значајан допринос креирању културних програма који ће бити атрактивни, релевантни и занимљиви како за посетиоце тако и за локално становништво. Кроз резултате истраживања, испитиване установе културе ће моћи да утврде ставове посетилаца културних програма, да унапреде своју понуду, да примене савремене трендове у културним програмима и пруже посетиоцима најбоље могуће искуство, у чему лежи још један значај овог истраживања.

Осим свега наведеног, ако се зна да је култура сектор у који се претходних деценија није довољно улагало, спроведено истраживање ће, кроз научно релевантне податке, пружити информације како повећати број посетилаца програма, како побољшати квалитет услуга, али и идентификовати слабости установа културе које је потребно отклонити.

Структура рада

Дисертационо истраживање „Менаџмент установа културе у функцији развоја културног туризма“ подељена је на четири поглавља.

У првом и другом поглављу су представљене теоријске поставке истраживања. У првом поглављу „Теоријске основе управљања установама културе“ су дефинисани појам менаџмента, појам установа културе и установа заштите, њихова подела и делокруг рада, законски оквири, а одређене су и функције и задаци установа културе које за примарни задатак имају бригу, заштиту и презентацију културног наслеђа низом садржаја и пратећих активности. Такође, прво поглавље ће се бавити конкретно и менаџментом установа културе са посебним освртом на менаџмент музеја који представљају генераторе развоја културног туризма.

Друго поглавље „Управљање културним туризмом“ је посвећено дефинисању појма културни туризам и видовима културног туризма. Биће издвојени и анализирани примери добре праксе европских дестинација које свој културни производ и развој базирају на културном туризму и утврђено тренутно стање културног туризма у Републици Србији. Дефинисањем свих наведених појмова и појавних процеса постављају се темељи теоријском делу истраживања које, методом анализе и синтезе, разматра трирелацијски однос менаџмента установа културе, културног наслеђа и туризма.

Треће поглавље „Основе и потенцијали за културни туризам у Рашком и Расинском округу“ је подељено на два потпоглавља (3.1. Рашки управни округ и 3.2. Расински управни округ) и 11 одељака који обрађују сваки град и општину понаособ. У трећем поглављу је извршено мапирање стејкхолдера Рашког и Расинског округа: установа културе, локалних туристичких организација и администрација, дат је преглед утврђених непокретних културних добара која се налазе на територији ова два административно-управна округа у циљу приказа потенцијала за развој културног туризма. Осим наведеног, у трећем поглављу је дата и прегледна анализа културно-историјског наслеђа које се може користити као туристички ресурс, установа културе и установа заштите које својим програмским активностима утичу или могу утицати на развој културног туризма градова и општина које на територији два истраживана управна округа. У овом поглављу је систематизована и малобројна литература која се бавила питањем развоја туризма на истраживаној територији, и на крају сваког од 11 одељака

изнете су опсервације ауторке за сваку општину и град понаособ, на основу метода посматрања и, у почетку, неформалног интервјуисања запослених у установама културе примењиваног током 15 година активног ангажовања на промоцији културног наслеђа Рашког и Расинског округа кроз бројна гостовања, организовања манифестација у установама културе у ова два округа и кроз четворогодишњи мандат на месту председнице Управног одбора Туристичке организације општине Трстеник.

Четврто поглавље „Анализа резултата анкетног истраживања“ је опредељено презентовању резултата истраживања спроведеног у установама културе и међу посетиоцима установа културе на територији Рашког и Расинског управног округа. Састоји се од четири потпоглавља: 4.1. „Преглед досадашњих истраживања“, 4.2. „Ток анкетног истраживања“, 4.3. „Анализа и обрада података“ и 4.4. „Резултати истраживања“.

У закључном, 5. делу дисертације под називом „Закључна разматрања“ биће презентовани одговори на постављене хипотезе и изнети додатни закључци са могућим правцима развоја туризма заснованог на културном наслеђу Рашког и Расинског округа.

На крају рада, у шестом поглављу, се налази списак прилога (упитници, графички прилози: табеле, инфографици, схеме, графикони). У седмом поглављу које носи назив Библиографија је листа коришћене референтне домаће и стране литературе.

1. ТЕОРИЈСКЕ ОСНОВЕ УПРАВЉАЊА УСТАНОВАМА КУЛТУРЕ

У овом поглављу је најпре дефинисан појам менаџмента и његових функција. Након тога, дефинисане су јавне установе културе и установе заштите кроз призму законских основа Републике Србије, и појам култура као систем вредности. Дефинисање појма култура и одређење функција јавних установа је теоријско истраживање усмерило даље ка установама културе, њиховом делокругу рада уоквиреном законским актима, као и према врстама установа културе и установама заштите и очувања у складу са законским оквирима Републике Србије (музеји, заводи за заштиту споменика, архиви, библиотеке, културни центри, поливалентне установе културе ...). Посебан осврт је направљен на менаџмент установа културе са аспекта релевантних научних истраживања спроведених у 21. веку.

1.1. Менаџмент

Менаџмент је реч енглеског порекла (manage, v., management, n.) и значи управљање, руковођење (Киркпатрик, 2014: 627). Данас не постоји једна усаглашена дефиниција менаџмента. Ово из разлога што је менаџмент „пре свега посебан амерички термин и као такав тешко може да се преведе на било који други језик ... Он означава функцију, али и људе који је врше. Он означава друштвени положај и ранг, али и дисциплину и област проучавања“ (Лукић, Мустафић и Дошеновић, 2015: 69).

Никодијевић (2012: 86): доноси једноставну дефиницију менаџмента ослањајући се на теоријски бренд Исака Адижеса: „ ... управљање значи: доносити квалитетне одлуке и ефикасно спроводити те одлуке“. Према Машићевој дефиницији (2010: 33) „менаџмент је делотворно знање које се примењује у континуираном процесу: планирања, организовања, вођења и контролисања пословних активности ради остваривања организационе сврхе и циљева, како би нека организација била ефективна и ефикасна“. Кривошејев (2014: 14) као „хиперциљ менаџмента“ наводи остварење што већег профита, али и општу корист. Да би се све ово остварило постоје функције којима се менаџмент руководи.

Главни процеси, односно функције, менаџмента према Вилијамсу (2010: 4 – 6) су: планирање, организовање, вођење и контрола. Кривошејев (2014: 15) као главне функције менаџмента, поред планирања, организовања, и вођења односно усмеравања,

наводи и контролу са евалуацијом. Планирање у менаџменту значи осмишљавање начина за делотворно обављање посла, односно одређивање организационих циљева и начина да се они остваре. Организовање укључује распоређивање ресурса и задатака, дефинисање улога, додељивање одговорности и успостављање структуре. Вођење или усмеравање је функција менаџмента која у фокусу има мотивисање и усмеравање запослених како би радили у циљу остваривања циљева организације, а обухвата комуникацију, тимску динамику и стилове руковођења. Контрола подразумева праћење напретка чланова тима, постављање стандарда учинка, мерење стварних перфоманси и предузимање корективних радњи када је то потребно (Вилијамс, 2010: 4 – 6).

Према Кривошејев (2012: 117): „Управљање, руковођење, односно менаџмент било којим системом, подразумева добро познавање функционисања тог система што од менаџера захтева висок степен стручних знања“. Наведено значи да менаџмент представља начине и моделе управљања односно руковођења неким јасно дефинисаним системима. Колико има тих система, толико има и модела менаџмента, али се они нужно не искључују.

Термин „менаџмент системи“, односно модели менаџмента, наводи Вијесурија (2013: 23 – 24) се користи да означи низ повезаних процеса који заједно продуцирају сет резултата од којих се неки поново инкоропорирају у систем из кога су произашли, креирајући успињућу спиралу континуираног побољшања система, његових акција и постигнућа.

Менаџмент системи, односно менаџмент модели су примењиви и на процес управљања туристичком дестинацијом. Један од најчешћих модела менаџмента, то јест управљања туристичком дестинацијом је VICE модел који чини велики број стејкхолдера:

- Visitors (Посетиоци)
- Industry (Привреда)
- Community (Заједница)
- Enviroment (Окружење)

По VICE моделу управљања дестинацијом, основни посао менаџмента једне дестинације је да задовољи потребе интересне групе, односно да: (1) ствара профитабилну и просперитетну туристичку привреду, (2) задовољава очекивања и потребе посетилаца, (3) укључује локалну заједницу и чини добробит за њу, (4) чува и доприноси локалном окружењу (Попеску 2011: 95 – 96).

То нас доводи до менаџмента установа културе, на који се такође може применити модификовани VICE модел управљања, и начина на који менаџмент оваквих културних система доводи до њиховог перманентног прогреса. Ово је могуће (1) ако се у рад и презентацију установа културе активно укључе сви њени посетиоци, (2) ако установе културе, као део културне и туристичке индустрије, постану одрживе и профитабилне установе, (3) ако читава локална заједница, и микро заједница (коју чине запослени у тој установи) и макро заједница (коју чине други стејкхолдери али и сви чланови заједнице чију прошлост установа културе похрањује, чува, презентује, комуницира, итд.) учествује у раду установе и препознаје је као део свог идентитета и (4) у окружењу где је развијена свест о значају установе културе и посла који она обавља за општу корист заједнице чију територију покрива својим делокругом рада али и за стварање одређеног имиџа те заједнице, односно окружења.

1.2. Установе културе

Култура, као део туристичке понуде, представља један од разлога који подстичу на путовања ради упознавања нових места, другачијег начина живота, занимљиве хране, интересантне архитектуре и слично. Осим економског фактора, позитивни ефекти културе у туризму се огледају и у успостављању интернационалних контаката, ширењу културе једне земље, подизања општег културног нивоа свести и интересовања како локалног становништва тако и туриста који долазе у посету.

Култура као систем различитих вредности, материјалних и нематеријалних, представља друштвени феномен и највиши израз комплетног процеса стварања једног човека, друштва, нације, региона. Према Петковић (2019: 4) једна од манифестација културе су културна добра.

Културна добра су, према **Закону о културном наслеђу** („Службени гласник РС”, број 129 од 28. децембра 2021) (члан 3) дефинисана као „ствари и творевине материјалне и духовне културе од општег интереса, вреднована и утврђена у складу са законом, и чине саставни део материјалног културног наслеђа“. По овом Закону, културна добра могу бити: (1) покретна и (2) непокретна културна добра. Непокретна културна добра (члан 14) „су културни предели, просторне културно-историјске целине, споменици културе, археолошка налазишта и знаменита места. Покретна културна добра су (чланови 20 – 23) музејска грађа, архивска грађа, филмска и остала аудиовизуелна грађа,

стара и ретка библиотечка грађа“. Културна добра према категорији су (члан 36): (1) културно добро, (2) културно добро од великог значаја и (3) културно добро од изузетног значаја. Закон о културном наслеђу (члан 3) дефинише установе које послују у складу са овим Законом. За ово истраживање је важно дефинисати установе културе и установе заштите и очувања, ослањајући се на поменути Закон: „**Установе заштите и очувања културног наслеђа** су установе које обављају делатност заштите и очувања културног наслеђа у складу с одредбама овог Закона и одредбама посебних закона којима се уређују појединачне области заштите културног наслеђа. **Установа културе** је правно лице основано ради обављања културне делатности у складу са одредбама закона којим се уређује област културе“.

Закон о културном наслеђу дефинише установе заштите по врстама културног наслеђа. Установе заштите (члан 82) су завод за заштиту споменика културе, музеј, галерија, архив, аудиовизуелни архив и библиотека која обавља заштиту старе и ретке библиотечке грађе. Члан 83 дефинише делатност заштите наведених установа:

Завод за заштиту споменика културе врши делатност заштите и очувања непокретних културних добара.

Музеј и галерија врши делатност заштите и очувања музејске грађе и нематеријалног културног наслеђа у складу са законом.

Архив врши делатност заштите и очувања архивске грађе.

Аудиовизуелни архив врши делатност заштите и очувања филмске и остале аудиовизуелне грађе.

Делатност заштите и очувања старе и ретке библиотечке грађе обављају библиотеке које у својим фондовима имају стару и ретку библиотечку грађу и испуњавају друге услове за обављање делатности заштите и очувања културног наслеђа.

На територији Србије данас постоји једна кинотека, један републички, два покрајинска и дванаест општинско-регионалних завода за заштиту споменика културе, као и 34 архива. Са друге стране, број музеја је знатно већи и прелази бројку од 100.[4] Сви ови правни субјекти су устројени као јавне службе типа установа и имају заједнички назив – установе заштите (Кривошејев, 2014: 56).

[4] Постоји неслагање о броју Музеја у Србији, и то у истраживањима која су спроведена у последњој деценији, а која је спровео Завод за проучавање културног развитка. Мартиновић (2010: 10), наводи да је 88 активних музеја. Са друге стране, Гавриловић (2018: 24) наводи да музеја у Србији има 149. Бројку од 149 музеја потврђује и Јокић (2011: 9).

Установе заштите и очувања и установе културе Републике Србије, по важећем **Закону о јавним службама** („Сл. гласник РС“, бр. 83/2014), убрајају се у јавне службе. У Закону о јавним службама се каже: „Јавном службом у смислу овог закона сматрају се установе, предузећа и други облици организовања утврђени законом, који обављају делатности односно послове којима се обезбеђује остваривање права грађана односно задовољавање потреба грађана и организација, као и остваривање другог законом утврђеног интереса у одређеним областима.“ У члану три наведеног Закона се даље дефинишу области у којима јавна предузећа имају делокруг рада. У питању су области „образовања, науке, културе, итд.“.

Кривошејев (2013: 27) наводи да је „култура ... посматрана као друштвена делатност која пружа услуге непроизводног карактера и која нематеријално обогаћује појединце и друштво, доприносећи општој друштвеној надградњи, а без директних економских ефеката по своје окружење“.

Законом о култури („Сл. гласник РС“, бр. 72/09, 13/16, 30/16 – исправка) (члан 22) установа културе је „правно лице основано ради обављања културне делатности којом се обезбеђује остваривање права грађана, односно задовољавање потреба грађана као и остваривање другог законом утврђеног интереса у области културе.“ По овом Закону (члан 25а) установе културе су у обавези да „својим радом доприносу очувању, истраживању, проучавању, представљању, прикупљању и подстицању домаћег културног и уметничког наслеђа као и домаћег културног и уметничког савременог стваралаштва.“

Са друге стране, истраживање, проучавање, представљање, прикупљање и подстицање (културног и уметничког) наслеђа је делатност и установа заштите и чувања, чији је делокруг рада дефинисан и **Законом о музејској делатности** („Сл. гласник РС“, бр. 35/2021 и 96/2021), Законом о архивској грађи и архивској делатности („Сл. гласник РС“, бр. 6/2020), Закон о библиотечко-информационој делатности („Сл. гласник РС“, бр. 78/2021). За ово дисертационо истраживање, најважнији је Закон о музејској делатности.

Делокруг рада музеја је дефинисан Законом о музејској делатности из 2021. године. Овим Законом „уређују се услови и начин обављања музејске делатности, њена структура и организација, уређење и делокруг рада музеја, начин заштите, коришћења и обраде музејске грађе и вођење музејске документације и друга питања од значаја за обављање музејске делатности.“ За истраживање „Менаџмент установа културе у функцији развоја културног туризма“ посебно је важан члан 9 овог Закона којим се

ближе уређује обављање музејске делатности у 19 тачака, са посебним акцентом на тачке 7, 10 и 11.

1) откривање, прикупљање, документовање и обраду музејске грађе;

2) истраживање, проучавање и вредновање музејске грађе и елемената нематеријалног културног наслеђа и музејске документације;

3) утврђивање покретних културних добара - музејских предмета и регистровање елемената нематеријалног културног наслеђа;

4) утврђивање добара под претходном заштитом и вођење евиденције о добрима под претходном заштитом;

5) чување, одржавање и коришћење музејске грађе и музејске документације;

6) предлагање, утврђивање, спровођење и праћење спровођења мера заштите музејске грађе и елемената нематеријалног културног наслеђа;

7) коришћење музејске грађе и регистрованих елемената нематеријалног културног наслеђа у промовисању кроз излагање, публикације, предавања, едукативно-просветни рад и на друге начине;

8) вођење прописане документације о музејској грађи, збиркама, музејским активностима и регистрованим елементима нематеријалног културног наслеђа;

9) организацију и реализацију сталне поставке и повремених изложби;

10) организацију и реализацију уметничких и културних догађаја у оквиру делокруга рада;

11) припрему, публиковање и продају музејских издања и пратећег садржаја везаних за делатност;

12) спровођење дигитализације музејске грађе, музејске документације и регистрованих елемената нематеријалног културног наслеђа;

13) пружање стручне помоћи власницима и држаоцима музејске грађе;

14) пружање подршке и стручне помоћи за очување нематеријалног културног наслеђа кроз сарадњу са заједницама које га баштине;

15) ревизију музејске грађе и достављање извештаја оснивачу;

16) процену културно-уметничке, историјске и научне вредности музејске грађе за потребе евидентирања и осигурања;

17) израду стручних мишљења и елабората о музејској грађи, збиркама о којима се старају, као и музејској грађи других физичких и правних лица и елемената нематеријалног културног наслеђа;

18) организацију и реализацију израде и продаје сувенира и других промотивних материјала;

19) друге послове у складу са законом и другим прописима.

Закон о културном наслеђу се састоји од 138 чланова и њиме се „уређује систем заштите и очувања културног наслеђа“ (члан 1) са циљем „успостављања правно уређеног и организованог система заштите и очувања културног наслеђа кроз откривање, прикупљање, истраживање, документовање, проучавање, вредновање, заштиту, очување, представљање, интерпретацију, коришћење и управљање културном наслеђем“ (члан 2).

За ово истраживање је посебно важан део члана 2 Закона о културном наслеђу који прописује „вредновање … представљање, интерпретацију, коришћење и управљање културном наслеђем“ односно који се бави начинима представљања и промовисања културног наслеђа. Такође, Закон о културном наслеђу (члан 105) дефинише начине коришћења културног добра у комерцијалне сврхе, било оригиналног дела, било репродукције односно копије.

У члану 7 истог Закона, међу циљевима заштите и очувања културног наслеђа којих је наведено 9, за нас су посебно важне следеће тачке (1, 4, 5, 8, 9):

1) откривање, препознавање, прикупљање, документовање, проучавање, тумачење, вредновање, представљање, интерпретација, подизање свести о значају културног наслеђа;

4) обезбеђивање услова за одрживи развој и коришћење културног наслеђа;

5) подизање нивоа знања о културном наслеђу кроз васпитање и образовање;

8) обезбеђивање доступности информација о културном наслеђу широкој јавности;

9) стварање нових садржаја и увођење услуга коришћењем савремене информационе и комуникационе технологије и техничко-технолошких средстава у сврху ефикасне изградње вишенаменске дигиталне инфраструктуре културног наслеђа.

Наведене тачке члана 7 (Циљеви заштите и очувања културног наслеђа) дефинишу начине на које се културно наслеђе може учинити доступним јавности, односно валоризовати у туристичке сврхе, тако да коришћење културног наслеђа буде одрживо и са крајњим циљем његове заштите и правилне интерпретације како би се избегле евентуалне злоупотребе или погрешна тумачења.

Стручни и одговорни менаџмент установа културе и установа заштите може да доведе до валоризације културног наслеђа у сврхе развоја туризма и тако привуче већи

број посетилаца. У том смислу, културу и баштину можемо да посматрамо и као систем вредности и као део туристичке понуде.

Из тог разлога, културна добра и културно наслеђе се могу посматрати и као културни ресурси на којима се може заснивати развој неког простора или делатности, односно као средства која се могу туристички валоризовати. Кривошејев (2014) културне ресурсе дели на (1) антропогене ресурсе, који представљају културна добра настала радом човека, наспрам (2) природних ресурса који су настали деловањем природе, али који такође могу да се економски валоризују.

Следећи ове дефиниције, туристички ресурси су сва природна и друштвена (културно-историјска) добра (потенцијали) са могућношћу економске валоризације у циљу увођења у намене туризма (Кривошејев, 2014: 15).

Кривошејев (2014: 125 – 126) наводи да „при пословању баштинских институција не сме да се занемари чињеница да баштина није само примарно туристичка атракција, већ да су за њу везане и активности проучавања и заштите, као и програмско деловање усмерено према домицилном становништву“. Закључује се да је за управљање оваквим установама неопходно, не само знање из области основне делатности којом се баве установе заштите већ и из области менаџмента и туризма, подједнако. Поред апострофирања знања из области баштине, културе, наслеђа, менаџмента и туризма, Кривошејев (2023) наводи и сва законска и подзаконска акта, правилнике и прописе који детаљно уређују рад баштинских установа у Републици Србији посматрајући их са критичке тачке гледишта.

Радовић и др. (2017) наводи да су културни ресурси важно наслеђе и покретач развоја културног туризма и да обухватају: „етнографске, уметничке, специјализоване и друге врсте музеја, археолошке локалитете, историјска места, етно-паркове, музичке центре, скулптуре, изложбе, галерије, старе занате и рукотворине, народне песме и плес, локалне манифестације, ношњу као и националну гастрономску понуду“.

Руиз-Ортега и др. (2021) конкретно наводе како употреба ових ресурса може повећати прилив туриста на дестинацију: адаптиране и уређене историјске грађевине, вођене туре до историјских споменика, културни догађаји и уметничке галерије отворене за публику, могућност да посетиоци учествују у радионицама или да на дестинацији испробају нешто од традиционалне хране су само неки од примера. О националним фестивалима и манифестацијама као културним ресурсима за брендирање дестинације истраживали су Павлуковић (2017) и Хернадез-Могојон и др. (2018), а о

манифестацијама као културним ресурсима из перспективе одрживог развоја дестинације писали су Зоу и др. (2021).

Како се нека културна добра користе у циљу њихове економске исплативости на тржишту, дефинисано је културном политиком једне земље. Културна политика је део јавне политике државе којом се управља сфером културе. Вукановић (2013) наводи да је задатак културне политике да дефинише:

1. „циљеве (шта се жели постићи развојем културе),
2. актере (којима се поверавају задаци чије обављање води остваривању постављених циљева),
3. инструменте и механизме (најбољи начини да се спроведу планирани циљеви уз механизме подршке као спровођењу акција које су усмерене ка остваривању унапред дефинисаних циљева)".

Један од модела одговорног и успешног спровођења јавне културне политике једне државе је кроз плански осмишљен и развијен културни туризам сагласан са националним стратегијама културе и туризма и са њима усклађен менаџмент установа културе. О оваквом моделу јавне културне политике ће бити писано у следећем поглављу.

1.3. Менаџмент установа културе

„Деценијска научна и практична сазнања менаџмента су, пролазећи кроз низ развојних фаза, са индустрије преношена и на друге производне и услужне профитне делатности, а потом и на непрофитне сфере деловања уз знатну модификацију хиперциља, од профита ка општој користи." (Кривошејев, 2012: 120). На основу свега изнетог следи да се менаџмент установа културе огледа у једном вишем циљу који мора бити друштвено препознат и усвојен као универзална друштвена вредност од стране свих стејкхолдера који граде једну интересну заједницу.

„Менаџмент је настао и развијао се у индустријском окружењу, унапређујући производњу и реализујући јединствени циљ – ефикасно и ефективно доћи до жељеног производа. Међутим, без обзира на то о ком производу се радило, постојао је и хиперциљ – остварити што већи профит." (Кривошејев, 2012: 120). Поставља се питање како повезати два супротстављена полазишта у менаџменту установа културе: непрофитне установе културе које су непроизводног карактера и менаџмент чији је хипер циљ

остваривање (што већег) профита. На овом месту се мора напоменути да установе културе, мада до сада прокламоване као установе непроизводног карактера, имају свој производ који може имати и материјални и нематеријални карактер.

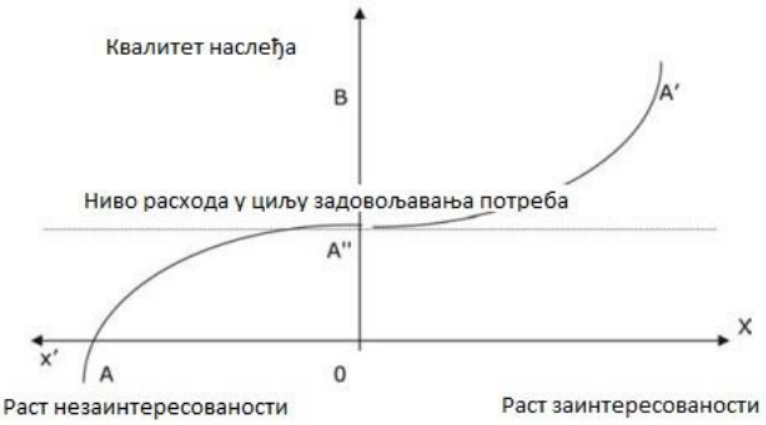
Вијесурија (2013: 6) наводи да се од успешног менаџмента културних установа захтева да остваре идентификацију, заштиту, конзервацију, презентацију и трансмисију, односно пренос баштине будућим генерацијама. И Драгићевић – Шешић (2000: 11) слично посматра менаџмент у култури. Она менаџмент у култури одређује као „стварање услова за културно стваралаштво и производњу културних добара (идеја и вредности), за њихово обликовање у дела која су доступна културној јавности и за рецепцију тих дела у културној јавности".

У Кривошејев (2014): „Управљање баштином и одрживи туризам" је представљена повезаност менаџмента баштине, односно херитологије, са постулатима одрживог туризма и указано је на важност међусобне сарадње ова два сектора. Даље, Кривошејев (2012): „Музеји, менаџмент, туризам – ка савременом музеју од теорије до праксе" истиче значај стручног и одговорног менаџмента музеја као непрофитног сектора у циљу атрактивизирања музејских простора и програма за заинтересовану публику која је у центру „нове" музејске делатности приближене туристичком сектору. Мада је у већини држава препозната важност сарадње туристичког и културног сектора, још увек је интерсекторска сарадња култура – туризам, на глобалном нивоу, у раној фази што успорава развој културног туризма, наводи UNWTO (2018: 29 – 30) у публикацији „Tourism and Culture Synergies" уз напомену да државе, у којима културни туризам има важан удео у туристичкој политици, имају повећану сарадњу између ова два сектора.

Од менаџмента установе зависи и квалитет услуге, али и оправданост висине цене улазница коју посетиоци доборовољно плаћају у замену за услугу коју та установа пружа. Грефе (2004) истиче да између установа културе и установа заштите и посетилаца или туриста мора да постоји однос заснован на поверењу када се фискализује вредност покретног или непокретног културног добра/услуге, а која се исказује у износу висине улазнице. Наиме, када посетилац/туриста издвоји одређену суму новца за улазницу он на неки начин формира уговор са установом која се стара о одређеном (покретном или непокретном) културном добру за које је тај посетилац/туриста заинтересован. Конкретно, посетилац добровољно издваја средства за услугу коју ће та установа да му пружи, мада не мора нужно унапред да зна какав ће квалитет услуге у тој установи да буде. Задовољство посетилаца значи висок квалитет услуге који ће привући још

посетилаца, и обрнуто, лоша услуга узрокује незадовољство посетилаца и опадање њиховог броја, као и лошу репутацију установе.

У том смислу, када публика посећује неку установу културе, колекција предмета или неко одређено (не)покретно културно добро није једино шта посетилац очекује да искуси од своје посете; део искуства које прати посету су и одређене услуге које омогућавају посетиоцима осећај сатисфакције и задовољства након посете. Дакле, када говоримо о наслеђу и установама које га баштине, не можемо се само ограничити на употребну вредност самог наслеђа као таквог, или његовог значаја у целини, морамо у ширем плану посматрати и сатисфакцију његових посетилаца а то значи и да морамо посматрати презентацију наслеђа у оквиру установе као и пратеће услуге, што нас опет доводи до важности одговарајућег, развијеног и развојног менаџмента установе културе.



Графикон 1: Задовољство посетилаца у односу на квалитет услуге установе културе (извор: Грефе (2004))

На основу графикона 1, можемо да закључимо да заинтересованост (или незаинтересованост) јавности за одређено културно наслеђе зависи од (1) степена његове очуваности, конзервираности, (2) његове атрактивности, (3) презентације, (4) пратећих услуга и (5) планског менаџмента установе културе, што је представљено графиконом 1.

Котлер и Котлер (2008) потврђују став Грефеа (2004) о повезаности музејске публике са туризмом јер, како они наводе, туристи су део музејске публике, а за неке музеје представљају и велики проценат од укупне посете.

На менаџмент установа културе утичу не само локалне већ и државне политике, па је потребно препознати утицај који политика има на људске ресурсе у култури, на

избор директора, образовну структуру и квалитет рада упослених у културним установама, организацију рада али се тај утицај шири и на потенцијалне финансијере, партнере, локалну заједницу и у крајњој линији на најважнији чинилац културних политика – туристе.

Према Јокићу (2011: 4, 22) велики утицај на пословање установа културе има управо главни руководилац „који је обично постављено лице са мање или више адекватним квалификацијама, али не увек и с одговарајућим менаџерским знањима и вештинама“ и који се обично постављају и „смењују у интервалима одређеним статутом“ или се намећу унутардржавним изборним процесима. Осим главног руководиоца, односно директора, важну улогу у процесу рада и менаџмента установа културе имају управо запослени, на шта директно утиче њихова структура, године живота, а у највећој мери степен образовања. Јокић (2011) апострофира да наведени подаци илуструју „културну политику … коју између осталог карактерише и одсуство планирања радних места и политике запошљавања према претходно утврђеним потребама, а у складу са стратешким циљевима и програмском оријентацијом установе“. Јокић (2011) даље наводи да постоји потреба за новим кадровима у складу са новим пословним трендовима у култури, и да у установама културе постоји велики број радних места и професија које представљају остатак „ранијих времена“ а које руководиоци задржавају због систематизације радних места које се на нивоу установе доноси тако да се ови кадрови распоређују на радна места за која често немају одговарајуће квалификације. Додатно отежавајућа околност је Уредба Владе Републике Србије о забрани запошљавања у јавном сектору (2020).

У оквиру истраживања „Ставови о култури градова Србије“ које је спровео ЗАПРОКУЛ (2015) у одељку 4.1. „Ставови запослених у установама културе“ се илуструје стање које је детектовао Јокић (2011) а које је додатно потврђено овим истраживањем, како је наведено у потпоглављу 4.4. „Резултати истраживања“ и у поглављу 5. „Дискусија“. Према истраживању ЗАПРОКУЛ-а, у установама културе је 72,4% запослених незадовољно стањем у култури на локалном нивоу.

1.3.1. Менаџмент музеја

Дел Барио и други (2009) наводе да су музеји најрепрезентативнији представници културног наслеђа јер су у музејима сумирани жеља да се сачува културно-историјско наслеђе са жељом да се пажљиво одаберу материјални елементи наслеђа који осликавају

креативност и идентитет једног друштва. Аутори даље истичу да музеји нису бежживотни скуп предмета као што то могу да буду историјска здања, ископине и слично, већ да музеји представљају на посебан начин вођене установе културе које утичу на посетиоце и јавност путем различитих изложби и активности. Такође, музеји су дефинисани као „јавни субјекти који управљају низом ресурса, а који су усмерени на производњу разних добара и услуга за друштво“ али и као „све оне институције које чувају трајне колекције покретних добара намењених за јавно излагање а које поседују средства како би достигле наведени циљ“.

Према новој ICOM-овој дефиницији из Прага (2022) музеј је „непрофитна, трајна институција у служби друштва која се бави истраживањем, прикупљањем, заштитом, тумачењем и излагањем материјалног и нематеријалног наслеђа. Отворени за јавност, приступачни и инклузивни, музеји негују различитост и одрживост. Музеји раде и комуницирају етички, професионално и уз учешће заједница, нудећи разноврсне прилике за образовање, уживање, промишљање и размену знања“.[5]

Истраживања Завода за проучавање културног развитка [ЗАПРОКУЛ] (2010: 3) су указала на то да са развојем музеја долази до „јачања имица града, региона, представљање културних добара и увлачење јавности у дешавања, правилно коришћење слободног времена, повезивање са стратегијом културног туризма“.

Шола (2011: 16) је истакао да ће „музеј највероватније постати један од најважнијих друштвених механизама заштите универзалног идентитета“. Пекарик (2003) сматра да је "главна улога музеја да заштити културно наслеђе, али и да привуче што више туриста. Такође, исти аутор наводи да је присуство Музеја у некој заједници опште прихваћено као вредност која се дели са публиком. У том смислу, Пекарик (2003) дефинише да је „улога музеја да едукује посетиоце о историји, културном и природном наслеђу града, региона или државе, или о некој одређеној теми, док је у исто време улога музеја да сачува све ове елементе за будуће генерације“.

Колико су музеји значајни генератори културног туризма у Европи говори следећа статистика. Музеј Лувр у Паризу је 2023. забележио 8,86 милиона посетилаца, потом Ватикански музеји 6,75 милиона посетилаца, Британски музеј у Лондону 5,8

[5] Нова важећа дефиниција музеја је усвојена на ICOM-овој Генералној конференцији у Прагу одржаној крајем августа 2022. године. Званични превод дефиниције музеја је усвојен 17. октобра 2022. на ванредној скупштини NK ICOM Србија која је одржана у Народном музеју Србије. https://icom-serbia.mini.icom.museum/ (приступљено 7. 8. 2024)

милиона, Природњачки музеј у Лондону 5,86 милиона, Лондонска Тејт галерија 4,7 милиона, итд. (Statista, 2024).

Према истраживању које су спровели дел Барио и др. (2009: 266) музејски менаџмент је генерално говорећи неефикасан, и само 22% музеја од испитаних у њиховом истраживању могу да понуде оптималан менаџмент. Као разлог овоме Зан (2013) истиче чињеницу да музејски професионалци менаџмент виде као нешто што се не тиче њиховог посла, већ нешто што се тиче комерцијалног, профитног сектора, евентуално као нешто што би могло да се односи на музејску продавницу. Важно је истаћи да је менаџмент културног наслеђа заправо начин организовања ове делатности, што је посебно важно ако се зна да музеји у 21. веку имају све већу пажњу локалних самоуправа али и републичких инстанци у циљу боље заштите и комуникације културног наслеђа. Скрофани, Руђеро (2013) наводе да су музеји постали инструменти јачања имиџа града и територије али и осећаја припадности градских становника. Према истом истраживању, музеји су генератори економског и туристичког развоја.

Као генератори економског развоја музеји се данас суочавају са убрзаним променама и великом дилемом како очувати културно наслеђе, на које начине га представити модерној публици и колико се музеји могу ослонити на дигиталне технологије. Ово је посебно велики изазов за, по обиму грађе, мале и средње музеје, који обично имају и ограничена финансијска средства, са једне стране, а потражњу посетилаца, са друге стране. За разлику од мањих музеја, велики музеји постају пионири коришћења нових технологија у мисији промоције културног наслеђа усклађене са захтевима модерне публике (Ксу, 2025). Употребу дигиталних технологија у циљу „оживљавања“ прошлости, али и музејских предмета заговарају и Серавај и др. (2019). О запосленима у музејима који користе дигиталне алате да са публиком деле сазнања из света музологије писали су Ксу и др. (2024).

Власништво над музејима може да варира и да се креће од државног власништва (република, град, јединица локалне самоуправе), преко приватног власништва до непрофитних организација (дел Барио и др., 2009: 266).

Мада музеји у свету чине важне симболе културне политике и улазе у планове економског развоја, јер се сматрају извором богатства и магнетом за туризам, то у Републици Србији још увек није случај. Музеји такође играју важну улогу у урбаној рестаурацији и могу бити кључ за промену слике града кроз улагања у нове и постојеће урбане објекте који представљају нове културне атрибуте (дел Барио и др. 2009: 266).

Ранковић, Радовић и Нешић (2023) наводи да богатство и аутентичност нематеријалног наслеђа и музеја могу доћи до изражаја и допринети популаризацији културног туризма на територији Републике Србије тек са имплементацијом различитих иновативних технологија, које су посебно занимљиве младим генерацијама. На овај начин музеји постају носиоци знања за будуће генерације и генератори развоја градова и области у којима се налазе кроз културни туризам, односно туризам заснован на музејској понуди.

Радовић и др. (2017) дефинишу заједничке вредности музејске и туристичке понуде које почивају на потребама и мотивима циљних група да проживе нешто ново, инспиративно и задовољавајуће и наглашава да „туризам и музејска делатност као свој производ нуде увид у културну стварност, национални идентитет и традицију и специфичности локалног становништа“. Они истичу да музејска делатност има важно место у културном туризму, без обзира на садржај који је у понуди.

Ранковић, Радовић и Нешић (2023) наводе да је потребно да индустрија туризма имплементира савремене технологије у све сфере и облике туризма. Посебно је важна дигитализација културног наслеђа Србије јер иде у корак са потребама и навикама модерних туриста и представља важан стратешки потез Републике Србије како би се позиционирала на светском тржишту и постала видљивија као туристичка дестинација. Наиме, развој и примена технолошких иновација омогућавају доступност културног наслеђа већем броју заинтересованих и потенцијалних туриста, али и утиче на потражњу дестинације на глобалном туристичком тржишту.

Поред дигитализације културног наслеђа, за његову правилну употребу потребно је и правилно имплементирање vistor menagementa. Ранковић, Радовић и Нешић (2023) истичу важност vistor menagement у корелацији са културним туризмом посебно у простору локалитета УНЕСКО светске баштине или других заштићених културних покретних и непокретних добара како би се посетиоцима обезбедило квалитетно одрживо искуство приликом посете културном ресурсу.

2. УПРАВЉАЊЕ КУЛТУРНИМ ТУРИЗМОМ

Како би се што боље дефинисао културни туризам на територији коју географски обухватају Расински и Рашки управни округ, а која се у овом раду истражује, пошло се од културног туризма у Европи кроз примере неколико европских земаља које велику пажњу посвећују управо овом облику туристичке понуде. Поред културног туризма у Европи, у овом поглављу пажња је посвећена и културном туризму у Републици Србији са посебним акцентом на културном туризму на територији Рашког и Расинског округа.

2.1. Културни туризам

Туризам је данас „комплексна категорија“, „мултидимензионална активност“, „индустрија гостољубља“ која укључује различите секторе, а води је начело потражње (Јелинчић, 2009: 35 – 36). Гелднер и др. (2000) сматрају да је туризам састављен од активности, услуга и оних индустрија које испоручују искуство путовања.

Кривошејев (2014: 17) наводи да један од примарних задатака менаџмента туризма, поред развоја и градње, мора да буде и превентивна заштита као и реконструкција туристичких ресурса. Кривошејев даље наводи да се туризам може развијати само у окружењима која поседују туристичке атракције, управо зато се „атракције сматрају примарним туристичким ресурсима“. У туристичкој привреди, атракције представљају основну сировину, наводи исти аутор.

Као структурална индустрија, наводи Ryan (2002), туризам представља комплексну мрежу продајних ланаца, транспортних образаца, атракција, смештајних капацитета и технологија. Ипак, у основи ове туристичке мреже услуга лежи индивидуална жеља, односно мотив, сваког појединца да изађе из колотечине свакодневице. Мотив за путовањем може бити бег – жеља да се побегне од породичне рутине и/или посла. Мотив може бити и „pull“ мотив, привлачећи мотив – жеља да се виде нове ствари, упознају нови људи, места или да се учествује у дуго жељеним активностима. Али, у центру сваке комплексне структуре, као што је модерни туризам, лежи индивидуално искуство, доживљај места, његових становника, других туриста на дестинацији, представника туристичке индустрије који ту раде.

Постоје различите поделе туризма, по различитим критеријумима. Основна подела на коју наилазимо у новијој литератури (Јовановић, 2015: 9) је на традиционални

(масовни) туризам и на нове видове туризма. Нови видови туризма су условљени темпом, стилом и животним стандардом модерног човека, његовим радним временом и чињеницом да се све више, уместо једног дужег одмора током године, примењује неколико краћих одмора током целе календарске године у складу са специфичним интересовањима туристе. Тематски туризам или специфични видови туризма настају као „индивидуална жеља човека за аутентичним доживљајем током одмора и путовања“. Осим термина тематски туризам јављају се и термини „туризам специјалних интересовања“, „селективни облици туризма“, „алтернативни облици туризма“ .... и ни за један од ових назива не постоји унифицирана дефиниција.

Важно је истаћи да данас не постоји јасна граница међу селективним, односно специфичним, облицима туризма, као и да је то веома пожељно у смислу богатства туристичке понуде једне туристичке дестинације која може привући тематске туристе разноврсног интересовања. Из овога произилази дефиниција да је тематски туризам „путовање ради одмора, активности и доживљаја, вођено специфичним интересовањима појединаца или група“ (Јовановић, 2015: 11).

Према Јовановић (2015) тематски туризам може бити:

здравствени и wellness туризам,	бањски туризам,
градски туризам,	сеоски (рурални) туризам,
културни туризам	догађаји и фестивали,
наутички туризам и крстарења	спортски туризам
образовни туризам	пословни туризам

Табела 1: Тематски туризам (извор: Јовановић, 2015)

У почетку, туризам је био мотивисан обиласком знаменитости, природних и културних добара, обиласком светих места, био је повезан са активним одмором и упознавањем културно-историјског наслеђа, односно баштине (Радић, Петковић, 2011: 16). Са развојем транспорта, повећаном мобилношћу људи и робе, почетком 20. века, а нарочито у другој половини прошлог века, јавља се такозвани „масовни туризам“. У питању је тренд пасивног одмора, односно море-сунце-плажа (sun-sea-sand) врста пасивног одмора који се остварује у току трајања једне летње сезоне у току календарске године. Масовни туризам је водио ка уништавању и деградацији рецепторске дестинације, њених културно-историјских и природних добара често без користи по

локалну заједницу. Зато се указала потреба за једним новим видом одрживог туризма који ће постати алтернатива масовном туризму. Бинарне опозиције у табели 2 могу илустровати разлике између масовног и тематског туризма при чему лева страна означава традиционални или масовни туризам, а десна страна алтернативни туризам, односно туризам заснован на културној понуди.

Масовни туризам	Културни туризам
пасивни одмор	активни одмор
данас су овде, сутра не	гледају и уживају, али не наносе штету
посматрати	искусити
само да би доказали да су били	само ради задовољства као таквог
хране се у хотелу	испробавају локалну храну
држе се своје групе	мешају се са локалним становништвом
купују сувенире у хотелу	купују аутентичне производе локалних малих занатлија

Табела 2: пасивни и активни одмор. (Прилагођено према Кривошејев, 2014: 80).

Према наводима European Heritage Group, у 20. веку, од 1977. до 1997. године, посета музејима, историјским споменицима и археолошким налазиштима, је удвостручена (European Commission (1998).

Најтачнијом се чини оцена Ричардса (2003) да је повећана потражња за културним атракцијама данас настала из разлога што је европско становништво све образованије и да је у 21. веку значајно већи проценат високо образованог становништва које има повећане захтеве везано за културно-туристичку понуду на дестинацији, односно да уопштено влада већа заинтересованост за културну понуду јер је порастао капацитет становништва за апсорпцију културне понуде локалне средине коју посећују.

Ова Ричардсова оцена је потврђена извештајем UNWTO (2018) у коме је наведено да је 89% националних туристичких организација земаља чланица UNWTO истакло да је културни туризам представља важан део њихове туристичке политике. Такође, извештај је предвидео значајан пораст потражње за културним туризмом у наредном периоду, али и потврдио претходне процене да преко 39% иностраних туристичких долазака је везано за културни туризам (Ричардс, 2018).

Поред повећане тражње за атракцијама и садржајима културног туризма постоји и повећана понуда на културно-туристичком тржишту јер се данас туризам, а поготово

културни туризам, посматра као тржиште у експанзији што је мотивисало бројне земље да промовишу своју културну понуду у оквиру туризма као средство за развитак економије. Још један од разлога за успешну имплементацију културних садржаја у туристичку понуду је чињеница да свака дестинација има своју културу коју може додатно да развија у оквиру туризма, док је за неке друге облике туризма потребно испунити одређене захтеве – планински туризам захтева планине, морски туризам – море, речни и језерски постојање реке или језера и слично.

Да би појам „културног туризма“ био дефинисан на прави начин, потребно је дефинисати појам култура. Реч култура је латинског порекла, настала је од глагола colo, colui и њено првобитно значење је гајити, неговати, поштовати. Постоје многе дефиниције културе. „Култура је способност заједнице да препозна, идентификује и производи симболе на различите начине, она је свеукупност материјалних и духовних добара једног народа“ (Ћирић, 2010: 55). Култура, дакле, представља скуп елемената или вредносни систем (материјални и нематеријални аспект) произведен у једној заједници који је усвојен као вредносна целина, не само за заједницу где је настао, већ их и друге заједнице препознају и признају, а неретко и усвајају. Осим тога „култура је контекст разумијевања избора, акција или начина живота појединца и групе“ (Брстило, Јелавић, 2010: 148) где се не потенцира само на вредносним системима једне заједнице и скуповима елемената већ и на њиховом разумевању од стране те исте или неких других заједница које са њима долазе у контакт. Радовић и др. (2017) наводе да је култура важан фактор развоја сваког друштва. У том смислу, култура може да се дефинише као скуп процеса, идеја и начина живота људи и производа који настају из ових процеса (зграде, артефакти, уметност, али и неопипљиви производи попут атмосфере и слично). Ове културне вредности су међу истраживачима препознате као фундаменталне детерминанте понашања туриста што је од посебног значаја ако се зна да је туризам у модерном друштву један од важних потрошачких избора (Хуанг, 2023).

Можемо да закључимо да култура, као систем различитих вредности, материјалних и нематеријалних, представља друштвени феномен и највиши израз комплетног процеса стварања једног човека, друштва, државе, региона.

Ипак, у циљу дефинисања културног туризма, а кроз призму дефинисања културе, најсврсисходнија је УНЕСКО-ва дефиниција: „Култура је читав комплекс одређених духовних, материјалних, интелектуалних и емоционалних карактеристика једне социјалне групе укључујући и креативне изразе (легенде, језик, занати, извођачке уметности), обичаје једне заједнице (традиционална медицина, прославе и други обрасци

интеракције у једној заједници) и материјалне односно изграђене форме те заједнице (зграде, историјски градски центри, локалитети, пејзажи и други објекти).“ (UNESCO, 1996).

За дефинисање културног туризма уз давање примата култури залаже се Ричардс (2003) који истиче да се у дефиницијама културног туризма често изоставља реч култура и да је преко потребно да се управо култура стави у центар промишљања приликом процеса дефинисања културног туризма. На овај начин би се избегла подељеност између захтева (културног) туризма према култури и потреба које култура има од самог туризма. Радовић и др. (2017) сматрају да култура која се анализира кроз контекст културног туризма може бити значајан део креативне економије једне државе и да је културни туризам примарна форма туризма специјалних интереса који се односи на учење о другим народима, обичајима, традицији, њиховим навикама, начину живота, знаменитим личностима и њиховој културној баштини.

Са друге стране, има аутора који дефинисање појма „културни туризам“ почињу управо од туризма, односно из туристичке тачке гледишта. Ду Крос и Мек Керхер (2015: 6) истичу колико је важно да се у дефинисању културног туризма пође од спознаје да је у питању облик туризма, а не облик културног менаџмента, те је у дефинисању овог појма неопходно поћи најпре од туризма, па тек онда од културе и културног менаџмента.

Управо због ових и оваквих антагонизама међу академском заједницом, а у зависности од приступа дефинисању појма „културни туризам“ постоји много дефиниција овог појма. Према приступу, односно, према углу гледања, дефиницију појма „културни туризам“ можемо сврстати у четири групе: (1) културни туризам дефинисан туристичким приступом (2) мотивационе дефиниције, (3) аспирационе и (4) оперативне дефиниције.

Туристичке дефиниције културни туризам дефинишу туристичким приступом из перспективе туристичког система и туристичке индустрије, то јест, овде се културни туризам дефинише као један сегмент тржишта који користи туристичку инфраструктуру. Европски центар за традиционалне и регионалне културе (ECTARC) је још 1986. дефинисао туризам кроз понуду и туристичке ресурсе. Кроз туристичке дефиниције, културни туризам су посматрали и Туристичка организација Велса (1994), Минстер (1996), Туристичка организација Шкотске и Шкотски савет за уметност (1996), Извештај Холандске туристичке организације (1998), МекКерхер и ду Крос (2005), Кадервуд, Сошкин (2019), Муштра и др. (2023).

Мотивационе дефиниције, за разлику од туристички дефинисаних које полазе од туризма, полазе од потражње, односно туристе и његових разлога за путовање. Мотивационим дефиницијама културни туризам се дефинише на основу жеље туристе да учи о културној баштини и наслеђу дестинације коју посећује, односно културни туризам је путовање усмерено ка доживљају уметности, баштине и других посебности дестинације. Кроз мотивационе дефиниције, културни туризам су дефинисали Гелднер, Ричи, МекИнтош (2000), Вајт, Худ и Вајт (2012), Ричардс (2013), Лиу и др. (2022), Ли и др. (2024).

Аспирационе дефиниције су посвећене искуственој димензији културног туризма, и баве се дефинисањем, односно значењем самог културног туризма. Према овим дефиницијама, културни туризам је сваки вид туризма који укључује туристичко искуство свих културних аспеката места које се посећује као што је савремени живот, храна, животна средина, топографија, градови и села, подједнако колико и историјски споменици и културни догађаји. Аспирационим дефиницијама културног туризма и њиховом применом су се бавили ICOMOS Повеља о културном туризму (1976), МекИнтош и Гелднер (1986), Силберберг (1995), Ричардс, АТЛАС (1996), ICOMOS Повеља о културном туризму (1999), а међу новијим истраживачима Ердоган (2023), Ванг и др. (2023), Робајна-Калдерин (2023) и Чанг, Жанг (2024).

Операционе дефиниције дефинишу културног туристу у циљу мерења културно-туристичких активности. Ове дефиниције посматрају културни туризам као кретање људи вођено културним интересима, било због образовног путовања, присуствовања догађајима извођачких уметности и фестивалима, посета историјским споменицима и локалитетима, путовања ради истраживања природе, фолклора, уметности и ходочашћа. Операционе дефиниције заступају Светска туристичка организација (WTO) (1985) и Ирска туристичка организација (ITB) (1988), али и неки модерни истраживачи Нгујен, Чунг (2013), Жанг и др. (2023).

Према схеми 1 можемо да видимо да се дефиниције културног туризма могу разврстати према бинарним релацијама понуде и потражње (туристичке и мотивационе дефиниције), односно значења културног туризма и начина његовог мерења (аспирационе и операционе дефиниције).



Схема 1: Осе дефиниције културног туризма. Прилагођено према Ричардс (2003).

Комплексност дефинисања културног туризма показује и чињеница да сваки тип, у табели датих дефиниција културног туризма, има своје недостатке.

Туризмолошке дефиниције, које су засноване на културно-туристичкој понуди, почивају на премиси да сви људи који обилазе културне атракције јесу културни туристи. У том смислу, ове дефиниције наглашавају различиту лепезу културних атракција и управо у томе лежи њихов недостатак јер су продукти и процеси сврстани у категорију културних атракција толико бројни да је јако тешко на основу њих дати тачну и прецизну дефиницију културног туризма. Ипак, туризмолошка дефиниција културног туризма која се базира на културним атракцијама је управо најприхваћенија од стране туристичких организација.

Мада мотивационе дефиниције полазе од културно-туристичке понуде, у центру њиховог интересовања је културни туриста и сврха, односно разлог, његовог путовања. Њихов главни недостатак је тешкоћа у разграничавању мотива односно сврхе путовања. Да ли се особа која путује у сврху посла или посете породици и која на свом путовању посети и неку културну атракцију може сматрати културним туристом?

Када анализирамо аспирационе, односно искуствене, дефиниције културног туризма, приметно је да су ове дефиниције засноване на конзумацији начина и културе живљења дестинације у којој се борави. Оне полазе од претпоставке да је туриста спреман да учи о средини у коју долази, да упозна продукте и процесе њене културе. То значи да културни туризам није само посета историјским споменицима и знаменитим местима, као што се раније сматрало, већ и да културни туризам представља искуство начина живота дестинације, односно прикупљање новог знања и искустава. Из овог

произилази да аспирационе дефиниције које претпостављају конзумацију не само прошлости већ и садашњег стила живота у дестинацији, покривају подједнако културни и уметнички туризам. У том смислу, главни недостаци ових дефиниција су да се намера туристе да учи или посети неко место, не може измерити, те је потребно користити мотивациону скалу туристе да посети неко место.

Што се операционих дефиниција тиче, њихов главни недостатак је тешкоћа у раздвајању културних туриста од осталих посетилаца, као и у некласификованим мотивационим нивоима туриста да посете неко културно-историјско место или локалитет. У том смислу, Ирска туристичка организација (1998) је предложила класификацију на генералне и посебне културне туристе који се разликују по томе што генерални културни туриста обилази неко културно-историјско место односно културну атракцију, али није примарно мотивисан културом, док посебни културни туриста има конкретну културну мотивацију приликом обиласка неке културне атракције.

Муштра и др. (2023) дефинишу културни туризам као заједнички производ туризма и културно-историјске баштине који неутралише савремене негативне ефекте долазака иностраних туриста наглашавајући да културно-историјска баштина игра главну улогу у привлачењу иностраних туриста ван туристичке сезоне.

Ипак, и поред негативних ефеката, сви актери културно-туристичке понуде данас посматрају културни туризам као добар и позитиван вид туризма који привлачи имућнију клијентелу, који је еколошки одрживији од, на пример, масовног туризма и који значајно економски доприноси економији и развоју културе у дестинацији.

Културни туризам, дакле, има бројне дефиниције, неке се труде да обухвате више елемената, а неке су конкретизоване. Ипак, да би се културни туризам дефинисао потребно је да дефиниција обухвати неколико елемената који се морају остварити да би се једна врста туризма могла сматрати културним туризмом:

1. Кретање људи
2. ка (посебним) културним атракцијама (музеји, места са културним наслеђем, уметничке и културне манифестације)
3. ван места сталног пребивалишта
4. са циљем да стекну ново искуство и науче нешто ново,
5. да би испунили своје културна интересовања (Подовац, Јовановић Тончев (2015).

На основу напред наведене дефиниције Подовац, Јовановић Тончев (2015) видимо да је први елемент културног туризма кретање људи, односно културних туриста ка културним атракцијама. Аутори који су се бавили проучавањем културних туриста наводе разне поделе и више типова људи који на путовање крећу са мотивом да задовоље своје културне потребе, али међу ауторима који су се бавили дефинисањем културног туризма преовлађује подела на пет типова културних туриста коју је успоставио Ричардс (2003):

1) Намерни културни туриста – има дубоко интересовање за културно наслеђе и културна искуства па остварује путовања како би се укључио у локалне традиције, историју и уметност;

2) Разгледајући културни туриста – на путовањима култура представља примарни мотив и ова врста туристе посећује установе културе и локалитете споменичке баштине, али је његово искуство површније јер се често фокусира на познате атракције у дестинацији без труда да упозна аутентичне одлике локалне заједнице.

3) Спонтани културни туриста – мада је примарни разлог путовања за ову врсту туристе посао, одмор, посета пријатељима и слично, а не култура, уколико током путовања успеју да учествују у локалним традицијама или да организују неко друго културно искуство, њихова перцепција културе је увек дубока ;

4) Лежерни културни туриста – ова врста културног туристе има умерено интересовање за културна искуства која за њих представљају секундарни део целокупног искуства на путовању. Могу посетити кулурне атракције, али је њихов ангажман такав да се ограничавају на опште разгледање и површно истраживање локалне културе.

5) Успутни културни туриста – код ове врсте туриста културно ангажовање је случајно током путовања. Мада могу посетити неку установу културе или споменик културне баштине, присуствовати некој манифестацији, ови туристи генерално имају мало активног интересовања за културни аспект дестинације.



Схема 2: Класификација културних туриста (према: МекКерхер, 2002), прилагодила ауторка истраживања.

У раду Чоловић, Радовић, Његуш (2018) се посебно истиче понашање културних туриста у одређеним раздобљима живота које утиче на њихове навике, мотиве, стил живота и конзумацију производа културног туризма.

2.1.1. Врсте културног туризма

Према концептуалним дефиницијама, културни туризам обухвата, не само истраживање културне баштине дестинације, већ подразумева и конзумирање савремених културних пракси локалне заједнице (присуствовање фестивалима, учествовање у локалним обичајима и занатима, интеракција са локалним становништвом). На тај начин, културни туризам подједнако обухвата и туризам наслеђа, односно баштински туризам (који као центар интересовања туристе има артефакте прошлости) и уметнички туризам (који се односи на савремену уметничку продукцију) (Ричардс, 2003).

Радовић и др. (2017) издвајају неколико врста културног туризма: „верски туризам, културно-историјски туризам, етнички туризам, едукациони туризам, конгресни туризам, музејски туризам, уметнички туризам, манифестациони туризам“.

Смит (2003) као врсте културног туризма наводи:

1. баштински туризам (туризам наслеђа) који има за циљ да упозна туристу са културно-историјским наслеђем дестинације,
2. уметнички туризам – путовање из побуда обиласка галерија, модерних уметничких инсталација у простору или модерним уметничким фестивалима, али и блок-бастер уметничким изложбама које се организују широм света и које виде стотине хиљада људи,
3. урбани туризам – обилазак аутентичних градова или њихових целина,
4. рурални туризам – живот на селу и упознавање са руралном културом одређене области која укључује и нематеријални аспект попут језика, обичаја, хране, пића и слично,
5. домородачки (аутохтони) туризам са циљем упознавања старих аутохтоних култура и активним учешћем у њиховом животу,
6. модерни (популарни) туризам који укључује и путовање ради посете модерним фестивалима, сајмовима, модним догађајима, музичким концертима и слично.

М. Ивановић (2008) културни туризам посматра као туризам посебних интереса, и поред наведених врста културног туризма М. Смит, Ивановић додаје још три врсте које су новијег датума:

1. креативни туризам,
2. етички туризам,
3. туризам „уживо“ или „life-seeing tourism“.

Креативни туризам подразумева учење о животу људи на дестинацији и развијање индивидуалне креативности током одмора, јер се сматра да креативни туриста није само пасивни посматрач обичаја и начина живота заједнице у дестинацији већ је активни учесник њиховог живота али и учесник у креирању њихових културних манифестација. Као пример се наводи креативни туризам на Новом Зеланду где туристи уче Маори језик, ткање, резбарење животињских костију или чувени курсеви Каталонске кухиње као део креативне понуде у Шпанији.

Ричардс и Рејмонд (2000) наводе да креативни туризам има искуствену и партиципативну димензију која посетиоцима омогућава да учествују у креативним

праксама локалне заједнице чиме се доприноси очувању и промоцији културне баштине дестинације.

Етички туризам је нова врста културног туризма која је последњих година све популарнија међу европским туристима који посећују мање развијене земље као и земље трећег света. У овој врсти културног туризма, етички туристи не желе да буду део експлоататорске туристичке индустрије која манифестује очигледне негативне ефекте на становништво у дестинацији, већ је у центру њиховог интересовања благостање становништа у дестинацији и конзумација дестинацијских ресурса без негативних последица по културу или околину (Ивановић, 2008).

Основе етичког туризма су прописане на Генералној скупштини Уједињених нација (2001) када је истакнуто да су основни принципи (етичког) туризма минимизирање негативних последица туризма на околину и на културно наслеђе док је потребно максимизирати туристичке бенефите путем промоције одрживог развоја, смањења сиромаштва и већег разумевања међу народима.

Туризам „уживо“ или „life-seeing tourism“ је потпуно нови концепт туризма који је креиран од стране Аксел Десауа, директора Данске националне туристичке организације, који је осмислио овај термин како би на прави начин дефинисао одређене туристичке активности које се до сада нису повезивале са туризмом. То је концепт „људи-за-људе“ где се туристима омогућава да током одмора практикују своја посебна интересовања. У том смислу, на пример, лекар који је на одмору ће имати прилику да на дестинацији посети болнице или домове здравља и види начин на који његове колеге функционишу. Козметичарка ће добити прилику да обиђе козметичке салоне, урбаниста архитектонске бирое, уметници ће се сретати са другим уметницима и тако даље (Гелднер, 2000: 281).

Туризам заснован на баштини

Туризам заснован на баштини је, као врста културног туризма, због своје одрживости, еколошке освешћености, економске користи, рекреативне, едукативне и забавне димензије, једна од квалитетних алтернатива масовном туризму. За ову врсту туризма се у српском језику користи и термин „туризам културног наслеђа“ те је неопходно дефинисати шта значи појам „баштина“ а шта појам „културно наслеђе“ и како се ови појмови користе у српском језику. Такође, потребно је утврдити еволуцију дефинисања овог појма у међународно ратификованим повељама и декларацијама.

Реч баштина, у историјском смислу, је реч старосрпског порекла у значењу „све што је наслеђено од оца или предака, наслеђе, дедовина, очевина, материјална и духовна добра“ (Лома, 2006: 283). У српском средњем веку, када први пут срећемо овај термин у историјским изворима, није се правила разлика међу поседницима баштине по етничком или верском основу, баштине су у средњовековној Србији могли поседовати и странци. Осим тога, баштину су могла наследити и женска, као и мушка деца, баштина се могла дати у мираз (Михаљчић, Ћирковић, 1999: 36).

Управо у овој, медиевистичкој, одлици баштине која представља „материјална и духовна добра“, како је већ наведено, се највише рефлектује и њена савремена вредност. Баштина припада свима, без обзира на полне, верске, етничке или неке друге разлике.

Синоним за термин баштина је термин наслеђе, мада је наслеђе од средњег века до данас изменило своје првобитно значење. Њено првобитно значење је представљало првог породичног наследника, одмах иза родитеља, независно да ли су у питању син или кћер, дакле подразумевали су се само најужи чланови породице (Михаљчић, Ћирковић, 1999: 439), а не било који други сродник. Данас је реч „наслеђе“ постала синоним за баштину.[6]

На овом месту ћемо поменути и да у званично усвојеној и ратификованој документацији Републике Србије се енглески термин „heritage“ не преводи дословно. Назив документа „Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural **Heritage**“ (UNESCO, 1972) преведен је као „Konvencija o zaštiti svetske kulturne i prirodne **baštine“** („Službeni list SFRJ“, Međunarodni ugovori, br. 56/74) односно, термин „heritage“ је преведен као баштина. Назив нове УНЕСКО-ве конвенције о нематеријалном наслеђу „Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural **Heritage“** (UNESCO, 2003) је преведен као „Konvencija o očuvanju nematerijalnog kulturnog **nasleđa**“ (Sl. glasnik RS, 2010), односно термин „heritage“ је преведен као наслеђе, чиме је Република Србија вероватно једина земља на свету „која за исти појам из две повезане конвенције званично употребљава различите термине, који у српском језику имају слично значење, али не представљају потпуне синониме“ (Кривошејев, 2015: 428).

Према Вијесурија (2013: 23) баштина подразумева „широк спектар свега онога што сматрамо наслеђем, из тог разлога у баштину можемо побројати читаве пејзаже,

[6] Мада су ове две речи готово синоними, око њих, има неслагања. Па тако, Гавриловић (2010) се залаже за коришћење термина „наслеђе“ насупрот термину „баштина“. С друге стране Кривошејев (2015) се залаже за употребу термина „баштина“ у смислу „очувања и преношења универзалних културних и природних вредности“ наспрам термина „наслеђе“ који посматра у контексту различитих врста наслеђа: генетско, породично, правно и слично..

градске центре, некадашња индустријска и војна постројења као и оно што се традиционално сматра баштином попут археолошких налазишта, рушевина и значајних грађевина“. Све набројано представља баштину која, по дефиницији, представља латентне културне ресурсе у туризму активиране употребом, односно „процесом конзервирања и посебног обликовања“ (Панчић Комбол, 2006) за потребе љубитеља ове врсте туристичке понуде.

Постоји значајна диверзификација у дефинисању баштине и културног наслеђа од половине прошлог века, до данашњих дана. О томе су писали бројни аутори, али се ипак већина њих и данас ослања на међународне ковнеције, декларације и повеље у којим су дефинисани термини „баштина“ и „културно наслеђе“.

Следи табеларни хронолошки приказ међународних конвенција, декларација и повеља у којима се дефинише термин баштина и термин културно наслеђе.

1954.	Хашка конвенција (1954)	Прво помињање културних добара у коме је наглашена неопходност да се заштити културно наслеђе човечанства.
1956.	УНЕСКО препоруке, Њу Делхи (1956)	Дефинисани су принципи у вези са археолошким ископавањима који се морају применити на све остатке прошлости, чије је очување од јавног интереса са уметничког и историјског становишта.
1962.	УНЕСКО (1962)	Редефинисани принципи из 1956. где се наводи потреба за заштитом пејзажа, природних средина и оних створених од стране човека, а које су од културног и естетског интереса или чине природну хармоничну целину.
1964.	Међународна повеља о конзервацији и рестаурацији споменика и локалитета, Венеција (1964)	Први званични документ у коме је дата дефиниција наслеђа: „Прожети поруком из прошлости, историјски споменици претходних генерација људи остали су до данас као живи сведоци својих вековних традиција. Људи постају све више свесни јединства људских вредности и древне споменике сматрају заједничким наслеђем. Препозната је заједничка одговорност да се они заштите за будуће генерације. Наша је дужност предати их (генерацијама које долазе) у пуном богатству њихове аутентичности .“
1971.	УНЕСКО-ва Конвенција о заштити мочвара (1971)	Концентрисана је на проналажење генералних принципа за идентификацију нових поља за очување и конзервацију.
1972.	Повеља Савета Европе (1972)	У овој Повељи се предлаже тло (земљиште) као наслеђе, схваћено као ограничен и деликатан ресурс, уз покушај

		интеграције принципа заштите са системима контроле територије и економског и социјалног развоја.
1972.	Конвенција УНЕСКО-а о заштити светске, културне и природне баштине (1972)	У овој Конвенцији се израз наслеђе користи у корелацији са споменицима, историјским целинама и налазиштима која су „од изузетне универзалне вредности са становишта историје, уметности или науке“.
1975.	Европска повеља о архитектонском наслеђу, Амстердам (1975)	Исказује се нормативни приступ у дефинисању културног наслеђа, односно баштине.
1985.	Конвенција за заштиту Европског архитектонског наслеђа, Гренада (1985)	Детаљни нормативни приступи дефинисању културног наслеђа.
1987.	Повеља о заштити историјских градова (Вашингтонска повеља), ICOMOS (1987)	Наводи се потреба за заштитом историјских градова, због њихове улоге као историјских докумената који оличавају вредности традиционалне урбане културе. Те вредности су представљене и материјалним и духовним вредностима као и односима који се стварају између града и околине. Овај документ је иновативан јер препознаје и материјалне и нематеријалне вредности као нешто што је потребно заштити.
1982.	Декларација из Тлахкале (1982)	Међународни документи који су израђени са циљем да се у њима кодирају материјални или нематеријални изрази људског деловања које, стекавши вредност, треба заштитити. У овим документима се уочава тенденција ка ширењу и дефинисању типологија имовине заштићене поштовањем њеног културног идентитета.
1989.	Париске препоруке (1989)	
1993.	Оахака декларација (1993)	
1994.	Нара документ (1994)	Наслеђе се дефинише из угла аутентичности. Наслеђе више није уско повезано са физичким постојањем предмета, у ужем смислу, нити са баштином, у ширем смислу. Наслеђе се посматра као концепт који не може бити дефинисан једнозначно јер се морају узети у обзир све разлике које постоје између култура где наслеђе настаје.
1996.	Декларација из Сан Антонија (1996)	
2000.	Краковска повеља (2000)	На принципима конзервације и рестаурације људском руком сагрђеног наслеђа, споменик је дефинисан као „јасно одређена целина, носилац вредности, који представља потпору сећању. У њему памћење препознаје аспекте који су битни за људска дела и мисли, повезане са историјском временском линијом “.

Табела 4: хронолошки приказ међународних конвенција, декларација и повеља у којима се дефинише термин баштина и термин културно наслеђе. Извор: Веко (2010)

Поред термина баштина и (културно) наслеђе, као синоним, јавља се термин „културна добра“ који је у Републици Србији дефинисан Законом о културном наслеђу.

По Закону о културном наслеђу (2023): „Културна добра су ствари и творевине материјалне и духовне културе од општег интереса, вреднована и утврђена у складу са законом, и чине саставни део материјалног културног наслеђа.“[7]

Дакле, културна добра постају ресурси у туризму активацијом, односно поступком када се културна добра обликују као производи и нуде на тржишту по одређеној цени. Према Панчић Комбол (2006) ресурси туризма заснованог на баштини могу бити: културно-историјски споменици, музеји, културно-историјске и уметничке руте, културно-историјски и уметнички догађаји (фестивали, манифестације, концерти, изложбе) и забавни центри.

До скоро је туризам посматран као привредна грана у развоју заснована на својој масовности или раду на омасовљавању, шта је на многе споменике културе, али и природе, који су раритетни, те стога интересантни посетиоцима, деловало деградирајуће па и девастирајуће. Из наведених разлога, јавне установе су објекте под заштитом одвајајући их и од посетилаца и од чланова локалне заједнице у којој су смештени и са којом су повезани путем традиције и историје заједнице. На овај начин створена је ситуација која је од туризма и науке о баштини створила две супротстављене стране неспремне да чине уступке на обострану и општу корист.

Последњих година овај дисбаланс туризма и херитологије се постепено превазилази, прерастајући у једну симбиозу очувања материјалних и нематеријалних културних добара отворених за посетиоце у циљу економске добити и дисперзије знања, засновану на одрживости и новим начинима организовања и управљања баштинским субјектима. На овај начин „Туристичка делатност додатно профитира јер, користећи активности иновиране херитологије, обогаћује своју понуду туристичких атракција. Са друге стране институције заштите, повезујући се са изразито профитним туристичким ресором, добијају могућности за додатно самофинансирање, које постаје све битније у времену када капацитети јавних прихода нису адекватни сталном расту јавних расхода, због чега оснивачи и редовни финансијери имају све већи проблем да материјално у потпуности подрже њихове непрофитне друштвено корисне активности.“ (Кривошејев, 2014: 7 – 8).

[7] Културна добра препознају и Закон о култури (2016) и Закон о јавној својини (2018).

Постоји неколико термина којим се назива врста туризма у коме је мотив туриста да посете културне атракције са циљем задовољавања својих културних потреба. Иностранн израз „heritage tourism“, који је потпуно усвојен у светској заједници стручњака који се баве овом темом, а који би могао бити преведен као туризам заснован на баштини или баштински туризам, у Србији и међу српским стручњацима који се баве овом тематиком се означава са неколико термина. Херитолошки туризам се, осим као туризам заснован на баштини или баштински туризам, преводи и као туризам наслеђа, туризам културног наслеђа али је појам „културни туризам“ најсвеобухватнији и најприхватљивији.

2.2. Културни туризам у Европи

Земље чланице Европске уније, које развој туризма базирају на културној понуди, велику пажњу посвећују промоцији, презентацији и управљању културним ресурсима у циљу развоја туризма. Развојем туризма остварује се економска добит, развијају се друге делатности које директно или индиректно зависе од туризма, док туризам базиран на културним ресурсима доприноси очувању културног наслеђа и позитивном имиџу једне државе.

Економски трендови са којима се срећемо у трећој деценији 21. века показују да, и поред не тако повољне финансијске ситуације са којом се суочава један део планете, туризам наставља да бележи раст и профит, те да запошљава велики број људи. Према извештају European Travel Commision (Европска комисија за путовања) (ETC, 2024) број иностраних долазака и ноћења у првој половини 2024. године премашио је бројеве забележене 2019. године, која је као репер узета као последња година пре појаве пандемије Корона вируса. Број иностраних долазака је порастао за 6%, а број ноћења за 7% у односу на 2019. годину, показујући пораст на годишњем нивоу од 12% за број долазака, односно 10% за број ноћења.

Наведена истраживања (ETC, 2024) су показала да су најпопуларније дестинације биле јужноевропске и Медитеранске земље међу којима се истичу Србија (са порастом долазака од 40%) и Бугарска (29%), поред традиционално популарних дестинација: Малте, Португалије и Турске.

И поред тешкоћа са којима се сретао туристички сектор у претходних пет година, након пандемије Корона вируса (пораст цена услед инфлације и недостатак радне снаге), у првој половини 2024. године забележен је раст зараде од туризма са проценом да ће до краја 2024. године зарада бити 800,5 милијарди еура, односно за 13,7% више него 2023. године.

Приметан је и пораст долазака у Европу из земаља источне Азије, међу којима предњачи Кина чији ће туристи постати у 2025. највеће тржиште за градске дестинације у Европи (ETC, 2024).

Међу трендовима које је забележила Европска комисија за путовања издвајају се:

1) Тражење „вредности-за-новац“ посебно у нетрадиционалним дестинацијама;
2) Аутентична искуства;
3) Путовање железницом;
4) Путовања ван сезоне у мање познате дестинације;
5) Избегавање путовања у дестинације које су преоптерећене туристима;
6) Потрага за дестинацијама са очуваним природним карактеристикама (ETC, 2024).

Сваки од наведених трендова је уско повезан са културном понудом у туризму. У том смислу, свака држава која планира да оствари свој економски развој ослањајући се на туризам мора да улаже у културу, културну политику, одговорно коришћење културних ресурса и културних добара, те културни туризам који је крајњи производ на овај начин циљано планиране туристичке понуде.

Према најновијем Извештају Европске комисије о културном туризму из 2024. године, скоро 40% туризма у Европи припада културном туризму. Поред тога, културни туристи троше 38% новца више у односу на просечног туристу и остају 22% дуже у дестинацији коју посећују у односу на друге туристе. Према овом извештају, интересовање за културни туризам ће наставити да расте у наредном периоду, а кључно тржиште културног туризма је Европа (European Commission, 2024).

Европа је увек била стална дестинација и за Европљане и за не-Европљане, а „вера у културни туризам као лек за све болести се одражава у документима туристичке политике на свим државним и административним нивоима, и то не само у Европи“ (Јелинчић, 2009: 293), мада је имплементација политике културног туризма сасвим спорна димензија тих планова.

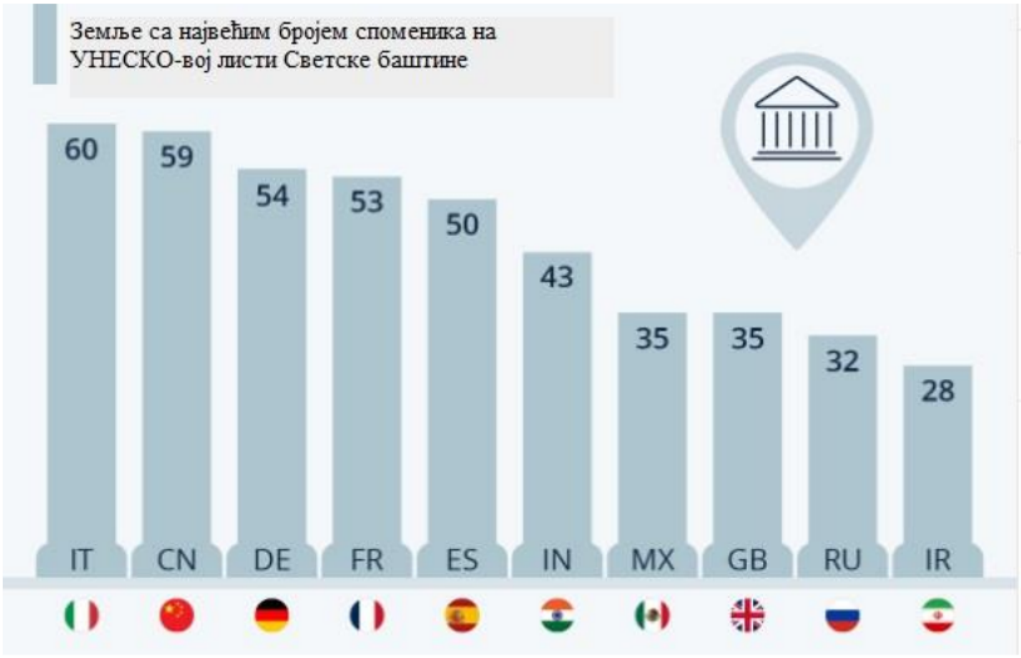
Јелинчић (2009) наводи да су културни туристи образовани, траже искуство и посећују оне атракције које су осталим туристима мање занимљиве, па се културни

туризам посматра као тржиште у порасту које туризму доноси туристе високог квалитета који су спремни да потроше више новца. У том смислу Јелинчић (2009) наглашава да трендови културног туризма у Европи показују тенденцију преласка са тржишне нише на масовно тржиште.

Једна од највидљивијих тенденција омасовљавања културне понуде Европе у сврху развоја културног туризма представља пројекат „Година европског културног наслеђа“ који је реализован 2018. године у 35 земаља Европе. Циљ овог пројекта је: „охрабрити људе да открију и да се укључе у европско културно наслеђе, како би ојачали осећај припадности заједничком европском простору. Слоган који прати пројекат је „*Наше наслеђе: где прошлост среће будућност*“.“ (EPALE, 2018).

Осим овог пројекта, који је трајао годину дана, пројекат „Европска престоница културе“ се организује од 1985. године. Овај пројекат представља једну од најважнијих културних иницијатива у Европи. Изабрани градови који понесу ову ласкаву титулу формирају програме који имају европску димензију, у које је укључена локална заједница и који доприносе дугорочном развоју града. Догађаји попут ових подстичу велики број туриста да посете Европске престонице културе, доприносе позитивном имиџу града и стварању његовог трајног културног бренда. Титулу Европске престонице културе 2024. године су понели Бад Ишл (Аустрија), Бодо (Норвешка) и Тарту (Естонија).

У даљем тексту, наведени су примери неких европских држава које део своје туристичке понуде базирају на баштини и културном наслеђу. Државе су одабране на основу броја културно-историјских споменика под заштитом на УНЕСКО-вој листи светске баштине и због великог утицаја које ово наслеђе има на развој локалне заједнице (Максић, 2018; Лиу и др. 2022). У питању су Италија (58 уписаних споменика), Немачка (51), Шпанија (49) и Француска (49). Осим броја заштићених културно-историјских споменика, ове четири државе представљају и најпосећеније европске земље са туристичким ноћењима од преко 430 милиона ноћења (Немачка), преко Италије (447 милиона) и Француске (преко 460 милиона ноћења) па све до Шпаније која има скоро 485 милиона ноћења у 2023. години, на основу последњег доступног извештаја које је публиковао Eurostat (2024). Такође, у наведеним држава, навођени су и примери ревитализације мањих градова и регија отварањем музеја (Билбао у Шпанији и Ленс у Француској) који су значајно допринели локалној економији.



Слика 1: Државе са највише локалитета на UNESCO листи светске баштине (преузето са https://www.statista.com/chart/23622/unesco-world-heritage-by-country/ , приступљено 7. 8. 2024)

Италија (58 споменика)

Италија је међу најбогатијим европским земљама што се тиче бројности и разноврсности културног наслеђа које је стављено у функцију туризма. Такође, међу европским државама, Италија се издваја као земља са највише уписаних споменика на УНЕСКО-ву листу баштине, чак 58 (извор: UNESCO, Number of World Heritage properties). Из тих разлога, уметност, култура и историја су важан мотив за велики број туриста који посете Италију. Сматра се да је 65% процената иностраних долазака у Италију мотивисано културним потребама туриста (Вергори, Арима, 2020). Осим тога, спроведена истраживања су показала да око 40% Италијана (преко 15,5 милиона људи) за свој одмор бира дестинацију са историјском или уметничком вредношћу, као и да се број посета историјским местима и местима од културног значаја у Италији, а чији је власник држава, повећао за 10% (преко 20 милиона људи), са даљим трендом пораста (Солима, Мингуци, 2014: 10). Мада је овај тренд пораста био потпуно стопиран због пандемије Корона вируса, током 2023. године, у Италији, забележно је 57,4 милиона туристичких долазака и приход од туризма у висини од 51,7 милијарди долара чиме је, бар што се прихода од туризма тиче, Италија остварила за 6,5 милијарди долара већи

приход у односу на 2019. годину (као пред-Ковид годину) када је остварена зарада од 44,2 милијарде долара (UNWTO: 2024).

Немачка (51 споменика)

Од 2010. до 2019. Немачка је бележила континуирани и стабилни пораст и туристичких долазака и прихода од туризма. Године 2019., пре пандемије Корона вируса, Немачка је забележила 39,6 милиона туристичких долазака и 37,3 милијарди долара прихода од туризма. У претходне две године, 2022. и 2023., немачки туризам се постепено враћа у оквире пре пандемије. Тако је 2022. забележено 28,5 милиона туристичких долазака и 30,3 милијарди долара прихода од туризма, а 2023. године 34,8 милиона туристичких долазака и 34,6 милијарди долара прихода од туризма (UNWTO: 2024).

Културни туризам је заштитни знак немачког туризма уопште. Бројне културно-историјске дестинације и атракције (51 уписан споменик културне баштине на УНЕСКО-ву листу) привлаче како домаће, тако и иностране туристе. Од 173 милиона културно-туристичких путовања на светском нивоу у 2023. години, 18,7 милиона су за дестинацију имали Немачку (German National Tourist Board, 2024).

Најновије студије које је спровела Немачка национална туристичка организација (German National Tourist Board, 2024) су показале да 76% туриста на својим путовањима жели да доживи разноликост културног израза, 79% туриста истражује културно-туристичку понуду дестинације у оквиру припреме за путовање и 78% се информише о културним обичајима и културној традицији. Колико много пажње Немачка посвећује културном туризму говори податак да је у априлу 2024. лансирана кампања „Cultureland Germany“ (Немачка земља културе) са циљем да се презентује немачка космополитска култура и уметност.

Шпанија (49 споменика)

Са 49 културно-историјских споменика уписаних на УНЕСКО-ву листу светске баштине (извор: Географско друштво Србије, 2020), Шпанија са Француском дели четврто место по броју уписаних споменика (иза Италије, Кине и Немачке). Након велике глобалне финансијске кризе 2008. године, туризам је заузео важно место у опоравку шпанске деклинирајуће економије (Хидалго, Маене, 2017: 3). У периоду од 2006. до 2016. повећан број интернационалних туриста који су посетили Шпанију допринео је

макроекономском опоравку земље, расту БДП-а и отварању нових радних места која су директно или индиректно повезана са туризмом.

Осим експанзије туризма и велике зависности шпанске економије од ове гране индустрије, шпански грађани се суочавају и са великим притиском од стране туриста, поготово у градовима са очуваним културним наслеђем. Ово доводи и до негативних ставова становника тих градова према туристима и протестима усмерених против „туристичке џентрификације“ урбаних насеља (Чамизо-Нието и др., 2023).

За долазак туриста у дестинацију са културом као мотивационим фактором индикативан је такозвани „Билбао ефекат“. Отварање музеја Гугенхајмове фондације у шпанском граду Билбаоу је најпознатији пример зараде од културног туризма, потпуно мерљив са економског аспекта. Наиме, 1997. године, отварањем The Guggenheim Museum Bilbao, велики број туриста, који је само пролазио кроз Билбао на путу ка шпанским плажама, се упутио у овај баскијски град. У уређење Музеја и набавку колекције уложено је око 132 милиона евра. Током прве две године од отварања Музеја Гугенхајмове фондације, туристи су у самом музеју потрошили преко 23 милиона евра, а у граду Билбаоу 433 милиона евра. Дакле, инвестиција уложена у оснивање овог музеја је повраћена за само годину дана са растом БДП-а у износу од 144 милиона евра (Кривошејев, 2015b: 254).

Француска (49 споменика)

Културни туризам има важну улогу у Француској услед богатог материјалног културног наслеђа али и широког концепта културе у Француској. Наиме, културни туризам у Француској има два важна елемента: културу као баштину (чак 49 споменика су уписани на УНЕСКО-ву листу светске баштине (извор: Географско друштво Србије, 2020) и културу као етнографско наслеђе.

Истраживања које је последњих година спровело Француско министарство културе (Ministere de la culture, 2022) показују да сваки други инострани туриста током боравка у Француској искуси културну понуду, затим, скоро сваки трећи туриста искуси гастрономију и енологију, а четвртина домаћих туриста редовно посећује француско културно-историјско наслеђе за време празника. Такође, према истраживању о културним праксама, више од 70% посетилаца споменика, музеја и изложби ове посете обавља ван региона свог боравка, дакле у туристичком контексту. Дакле, туристичка ситуација директно утиче на посећеност културним активностима, и обрнуто: наслеђе (музеји, споменици и културни локалитети), манифестације (представе, фестивали) као

и културне активности које се односе на француску уметност живљења (гастрономија, енологија, итд.) доприносе националној туристичкој атрактивности и доприносе стварању туриста – комзумената културних активности, посетилаца музеја, изложби, споменика или других места наслеђа.

Током 2023. Француска је забележила 100 милиона туристичких долазака и приходовала 63,5 милијарди долара од туризма. Протеклу деценију 21. века Француска је, великим културним пројектима, показала намеру да даље улаже у културни сектор спајајући га са туризмом. Ово се најбоље илуструје на примеру Ленса, малог града на северу Француске у области Норд Пас Д Кале (Nord Pas de Calais) који има 35.000 становника. У Ленсу је 2012. отворено одељење музеја Лувр. Пре отварања Музеја, овај градић је живео од рударства и пратеће индустрије, али када је рудник затворен у Ленсу се јавља сиромаштво, смањење броја становника, смањен животни стандард и стопа незапослености од 24%. Француска држава је, уз помоћ Европске уније, за пројекат Лувр-Ленс издвојила 150 милиона евра. Током само једне године, од отварања Музеја, економска корист је достигла 28% од уложеног новца, односно 42 милиона евра (Кривошејев, 2015: 256).

2.3. Културни туризам у Републици Србији

Већина примера развоја културног туризма, као што је показано у претходном поглављу „2. 2. Културни туризам у Европи“, заснива се на искуству релативно стабилних друштава. Свака уочена нестабилност, било политичка, економска или геолошка, има склоност да одврати и туристе и инвеститоре у туристичке ресурсе. Током 1990-их, док је поново била укључена у глобални економски систем, након пола века релативне маргинализације, постсоцијалистичка централна и источна Европа, показивала је различит степен нестабилности, укључујући рат и грађанске немире, у размерама које Европа није искусила од 1945. године (Хал, 2000).

Божић Миљковић (2018) наводи да је данас, у 21. веку, Србија препозната као земља посебно богатог културног и историјског наслеђа које је у служби развијања туристичке понуде, али и као земља великих и светски познатих музичких, филмских и плесних фестивала, са аутентичном гастрономском понудом. Креативна економија, као и креативне и културне индустрије могу имати изузетан допринос у промоцији и развоју аутентичних одлика Републике Србије и њеног културног наслеђа, али и да утичу да

народна радиност (музика, плес, кулинарски специјалитети, народна уметност и слично) буде туристички валоризована и формално призната као део географске области Балкана.

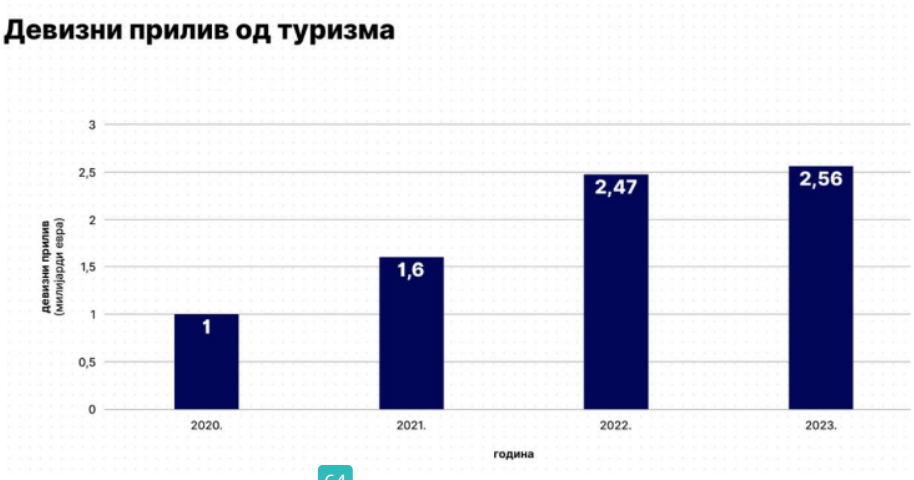
У Нацрту стратегије развоја културе Републике Србије за период 2020 – 2029. се наводи да је „Министарство надлежно за туризам од 2010. године издвојило знатна средства за развој културног туризма, уз одговарајућу подршку Министарства културе и информисања и Туристичке организације Србије“.[8] У истом Нацрту стратегије (стр. 43) даље се наводи да „ради повећања видљивости културног садржаја применом нових технологија Сектор дигитализације културног наслеђа и савременог стваралаштва настоји да изради национални дигитални културно-туристички водич и друга софтверска решења, која користе одреднице Националног портала у презентовању туристичког садржаја у сарадњи са Министарством туризма и омладине и Туристичком организацијом Србије“.

Нацрт стратегије развоја културе Републике Србија 2020 – 2029. препознаје значај културног туризма и предвиђа побољшање позиције Републике Србије као дестинације која своју понуду заснива на савременој култури и богатом културном наслеђу, како материјалном тако и нематеријалном. У циљу повећања учешћа културног туризма у приходима који се остварују од туризма и у циљу повећања броја посетилаца на културним локалитетима и културним садржајима, у Нацрту стратегије развоја културе се предвиђа побољшање положаја Републике Србије као дестинације културног туризма кроз развој постојећих културно-туристичких рута и формирање нових националних рута кроз „развој конкурентних и атрактивних културно-туристичких производа“ (стр. 67).

У извештају Европске комисије за путовања се, поред Малте, Турске, Црне Горе и Португалије, истиче Србија као земља чији је туризам успео потпуно да се опорави након пандемије Корона вируса. Томе је допринела приступачност цена у односу на конкурентске земље као и повољни климатски услови. Раст туризма у Републици Србији се приписује, између осталог, и увођењу 23 нова директна лета током 2023. године (ETC, 2024).

Према доступним подацима, приходи од туризма у Републици Србији су у континуираном порасту, што је посебно приметно у периоду од 2020. до 2023. године. У овом периоду приход од туризма је са 1 милијарде евра (у 2020. години) порастао на 2,56 милијарди евра у 2023. години (види: слика 2 „Девизни прилив од туризма у Републици Србији за четворогодишњи период од 2020. до 2023. године“).

[8] Мада се не прецизира која су то средства, нити одакле су добијени наведени подаци. У: Стратегија развоја културе Републике Србије за период 2020 – 2029., стр. 38.



Слика 2: Девизни прилив од туризма у Републици Србији за четворогодишњи период од 2020. до 2023. године. (Извор: Министарство туризма и омладине)

Ако узмемо у обзир да је Република Србија: (1) богата културним и природним ресурсима, (2) да је 2022. и 2023. по броју туристичких долазака и приходима од туризма превазишла бројке пре Корона вируса (UNWTO, 2024), (3) да културни туризам бележи годишњи раст од 15%, можемо да закључимо да би развој туризма Републике Србије требало заснивати, између осталог, на културном туризму. Ово се може закључити и на основу истраживања мотива иностраних и домаћих туриста које је спровело Министарство туризма и омладине у оквиру Стратегијског маркетинг плана туризма Републике Србије до 2025. године. Мотиви су представљени у Табели 6.

Домаћи туристи - првих 5 мотива	Страни туристи - првих 5 мотива
1. Културно-историјско наслеђе	1. Гостопримство
2. Добар однос цене и квалитета	2. Гастрономска и енолошка понуда
3. Гостопримство	3. Културно-историјско наслеђе
4. Природне атракције	4. Квалитетан смештај
5. Гастрономска и енолошка понуда	5. Добар однос цене и квалитета

Табела 6: Мотиви за посету дестинацији, домаћи и страни туристи (Извор: Стратегијски маркетинг план туризма Републике Србије до 2025., стр. 62)

На основу Табеле 6, видимо да је примарни мотив домаћих туриста за посету Републици Србији културно-историјско наслеђе. Исти мотив се среће и код страних

туриста, под редним бројем три, одмах иза традиционалног српског гостопримства, те гастрономске и енолошке понуде.

Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016 – 2025. посебно истиче пораст туристичких посета културно-историјским споменицима, историјским целинама, бојиштима, спомеником народног градитељства и слично. Иста стратегија као „туристичке производе који су од посебног значаја за развој туризма препознаје културно наслеђе, градски туризам, културне руте и културне манифестације и догађаје." Такође, као један од задатака развоја туризма, Стратегија предвиђа „израду и примену Програма развоја културног туризма Републике Србије", али и „умрежавање са другим секторима" (стр. 46). У циљу израде и примене Програма развоја културног туризма, била би неопходна сарадња са сектором културе.

Нацрт стратегије развоја културе 2020 – 2029. је усвојен на седници Владе Републике Србије од 13.02.2020. године, у тексту од 112 страна, само три пута помиње културни туризам – једном у корелацији са Законом о туризму, једном у корелацији са Министарством туризма и омладине и само једном, у једном пасусу, се разматрају потенцијали културног туризма. Нацрт стратегије развоја културе Републике Србије препознаје материјално и нематеријално културно наслеђе Републике Србије и савремену културу као део туристичке понуде путем који ће се побољшати положај Републике Србије као туристичког одредишта. Осим тога, поменути нацрт стратегије предвиђа развој конкурентних и атрактивних културно-туристичких производа (без прецизирања који су то), унапређење постојећих националних културно-туристичких рута и успостављање нових. На крају, апострофира се развој креативне индустрије у сврхе туризма због могућности које креативна индустрија пружа у домену подстицања савременог стваралаштва, међународне сарадње и представљање наше земље у свету (стр. 67).[9] Овај нацрт стратегије, међутим, до момента штампања ове дисертације, није доспела на дневни ред Скупштине Републике Србије, те на жалост, Србија данас нема усвојену Стратегију развоја културе.[10]

---

[9] Овим документом се предвиђа и израда Акционог плана развоја креативних индустрија, али такав Акциони план није донет до момента предаје докторске дисертације.

[10] На страници Министарства културе Републике Србије, на линку под називом „Усвојена Стратегија развоја културе Републике Србије од 2020 до 2029. година са Акционим планом", датум објаве линка 13. фебруар 2020. године (линк: Усвојена Стратегија развоја културе Републике Србије од 2020. до 2029. године са Акционим планом (kultura.gov.rs) приступљено: 13. 7. 2024. и поново 7. 8. 2024 и поново 29. 9. 2024.), се налази само вест да је Влада Републике Србије усвојила наведену Стратегију, али без текста Стратегије развоја културе и пратећег Акционог плана. На крају ове вести наводи се очекивање Министарства културе и информисања „да ће Стратегија у најскоријем року бити усвојена и у Скупштини Републике Србије".

Скупштина Републике Србије никада није усвојила ни документ под називом Стратешки приоритети развоја културе Републике Србије од 2021. до 2025. године који је усвојила Влада Републике Србије 21. јануара 2021. на предлог тадашњег Министарства културе и информисања. У овом документу који садржи 13 страна, као 19. тачка (од укупно 20) наводи се Развој културног туризма. Овде се културни туризам посматра као облик привреде путем кога се „остварују знатни приходи локалној заједници, подстиче боље управљање културним добрима и … боље коришћење културних потенцијала те локалне заједнице а потом и региона“.

Из наведених и анализираних Стратегија Републике Србије (туризма и културе), а које повезују сектор културе са сектором туризма, потпуно је уочљива потреба даљег планског рада на улагању у сектор културног туризма, повезивања и умрежавања туризма и културе. Ову потребу је препознала и предвидела Стратегија развоја туризма Републике Србије. У њој се предвиђа Израда плана заједничких активности министарстава за имплементацију Стратегија и Акционог плана развоја туризма путем међуресорне сарадње Министарства туризма и омладине са Министарством културе у корелацији са другим ресорним министарствима (Министарство финансија, Министарство грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре, Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, Министарство просвете, науке и технолошког развоја).

Ово поготово због резултата анкете које је Туристичка организација Србије спровела 2016. године „Ставови и понашање страних туриста у Србији 2016.“ Том приликом је интервјуисано 2.050 иностраних туриста, а за ово истраживање о културном туризму (са посебним освртом на Расински и Рашки округ) су најиндикативнији резултати одговора испитаника на следећа питања: (1) На којој сте тренутно туристичкој дестинацији у Србији смештени, (2) Наведите разлоге због којих сте посетили ову дестинацију, (3) Које сте све додатне садржаје, поред смештаја, користили у наведеној дестинацији, (4) Чиме сте највише задовољни када је реч о боравку на овој туристичкој дестинацији.

(1) На којој сте тренутно туристичкој дестинацији у Србији смештени			
52,9% Београд	24,4% Западна Србија и Шумадија	13,6% Војводина	9,1% Источна и Јужна Србија
(2) Наведите разлоге због којих сте посетили ову дестинацију			

62,4% Културно-историјско наслеђе	46,0% Добар однос цене и квалитета	44,8% Гостопримство	42,8% Природне атракције
(3) Које сте све додатне садржаје, поред смештаја, користили у наведеној дестинацији			
74,4% Обилазак културно-историјских споменика	39,3% Излети у природи	30,1% Посета манифестацији/ догађају	19,4% Спортско рекреативни садржаји
(4) Чиме сте највише задовољни када је реч о боравку на овој туристичкој дестинацији			
47,2% Културно-историјско наслеђе	41,2% Гостопримство	37,6% Гастрономска и енолошка понуда	30,0% Добар однос цене и квалитета

Табела 7: Ставови и понашање страних туриста у Србији,
(извор: Туристичка организација Србије, 2016)

Осим, очекивано, града Београда (са 52,9%), највећи проценат страних туриста је био смештен у региону Западна Србија и Шумадија, где се налазе Рашки и Расински округ. Оно што је посебно важно, а шта у пракси доказује наша претходна излагања о важности развоја културног туризма су одговори на питања:

- Наведите разлоге због којих сте посетили ову дестинацију (чак 62,4% испитаника је одговорило да је главни разлог културно-историјско наслеђе. Остали разлози се крећу у сличним процентима – добар однос цене и квалитета, гостопримство и природне атракције);
- Које сте све додатне садржаје, поред смештаја, користили у наведеној дестинацији (три четвртине или 74,1% испитаника је навело обилазак културно-историјских споменика, за чим следе излети у природи (39,3%), те посета манифестацији/догађају са 30,1%);
- Чиме сте највише задовољни када је реч о боравку на овој туристичкој дестинацији (највеће задовољство испитаници су изразили културно-историјским наслеђем (47,2%), гостопримством (41,2%), односно гастрономском и енолошком понудом (37,6%) и добрим односом цена и квалитета – 30,0%).

Наведени подаци указују о важности даљег развоја културног туризма Републике Србије, особито Региона Западне Србије и Шумадије, те сходно томе и Рашког и Расинског округа.

Након 2016. године, спроведена је 2021. године нова анкета о страним туристима у Републици Србији. Анкету из 2016. године је спровела Туристичка организација

Србије, а из 2021. године Републички завод за статистику [РЗЗС]. Добијени резултати 2021. се значајно разликују од резултата из 2016. године, поготово када су у питању мотиви туриста за одлазак у Србију, али и активности туриста на дестинацији. У циљу прегледа разлике добијених резултата истраживања за 2016. и 2021. годину, посматрани су резултати истраживања који су релевантни за културни туризам (мотиви путовања, активности на дестинацији и задовољство туриста) и боравак туриста у Региону Шумадије и Западне Србије (јер овај регион обухвата територију Рашког и Расинског управног округа).

У анкети из 2021. није наведено који је проценат страних туриста боравио у ком од четири испитивана региона (Београдски регион, Регион Војводине, Регион Шумадије и Западне Србије, Регион Јужне и Источне Србије), али наилазимо на податак да је највише ноћења забележено у Региону Шумадије и Западне Србије – 6,34 ноћења (поређења ради, просек за Републику Србију је 5,64 ноћења) (стр. 13). Као разлози посете Републици Србији су наведени посао (36 %), одмор (28 %) и пропутовање (18 %) (стр. 20), али је занимљиво да су страни туристи који су посетили Регион Шумадије и западне Србије као главни разлог посете навели одмор (42,2 %), потом посао (28,9 %) и посету родбини и пријатељима (13,5 %), док остали разлози посете не прелазе 6% (стр. 39).

Ако посматрамо мотиве одморишних путовања, према регионима, у Анкети о страним туристима из 2021. године, приметно је да је највећи проценат туриста као главни мотив за посету региону Шумадије и Западне Србије навео природу (природне атракције, планине, реке, језера) – чак 71,0%. Такође, само 13,0% туриста је као мотив посете Региону Шумадије и Западне Србије навео културу и уметност (стр. 40).[11]

Ако даље посматрамо резултате Анкете о страним туристима из 2021. године, као главне активности туриста на дестинацији, у Региону Шумадија и Западна Србија, наводе се „Пешачење (трекинг, нордијско ходање и сл.)“ - 29,6 % и „Посете националним парковима/заштићеним природним подручјима“ – 23,2 %, што потпуно корелира са податком да је 71,0 % испитаника навео да је „Природа (природне атракције, планине, реке, језера)“ главни мотив за посету региону Шумадије и Западне Србије. Од осталих активности наведене су: „Обилазак и разгледање градова“ – 26,6 % и „Посете бањама“ – 25,9 %. Важно је напоменути да је чак 22,6 % испитаника као једну од активности на

[11] Овај податак, да је 13% туриста посетило 2021. Регион Шумадије и Западне Србије због културе и уметности се значајно разликује од податка из 2016. године о 64,2% туриста који су као главни разлог посете Региону Шумадије и Западне Србије навели „богато културно-историјско наслеђе“.

дестинацији навео „Посету манастирима“,[12] а да је 8,8 % навело „Посете културним догађањима“ (стр. 51).

Важно је напоменути, на овом месту, у контексту обиласка манастира као једног од мотива посете дестинацији, да се на УНЕСКО-вој листи светске баштине (извор: UNESCO, Properties inscribed on the World Heritage List), од пет уписаних културно-историјских споменика у Србији (манастир Студеница, Стари Рас са Сопоћанима, Средњовековни споменици на Косову и Метохији (Грачаница, Пећка Патријаршија, Високи Дечани и Богородица Љевишка), Гамзиград – Ромулијана и Стећци – средњовековни надгробни споменици надомак Пријепоља и Бајине Баште) три налазе на територији Региона Шумадије и Западне Србије (манастир Студеница, Стари Рас са Сопоћанима и Стећци – средњовековни надгробни споменици надомак Пријепоља и Бајине Баште), односно два на територији Рашког и Расинског округа (манастир Студеница и Стари Рас са Сопоћанима).

[12] Док су на пример „Посете дворцима, тврђавама и другим историјским грађевинама“ наведене са 6,7 %, а „Посете археолошким локалитетима“ 3,3 %. Ово из разлога што у Региону Шумадије и Западне Србије нема туристички валоризованих археолошких локалитета, не постоји сачуван ни један дворац, а да су сређене тврђаве изузетак. Последњих неколико година се радило на сређивању средњовековне тврђаве Маглич код Краљева, као и Старог града у Ужицу, али су зато тврђава Јеринин град у Грабовцу код Трстеника или Средњовековни град Сталаћ код Сталаћа потпуно несређени и без икакве туристичке сигнализације (прим. аут.).

3. ОСНОВЕ И ПОТЕНЦИЈАЛИ ЗА КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ У РАШКОМ И РАСИНСКОМ ОКРУГУ

Рашки и Расински округ припадају Региону Шумадије и Западне Србије. Средином 2023. године, овај регион је имао апроксимативно 1.824.896 становника што износи 27,4% процењеног броја становника Републике Србије (РЗЗС, 2023).[13] Стопа запослености је у наведеном периоду износила 31,7%. Такође, у Региону Шумадије и Западне Србије забележено је 2023. године 1.322.963 долазака туриста.[14] Од овог броја туриста, Расински округ је посетило 61.487 туриста (највише општину Брус – 30.249, због близине Копаоника), а Рашки округ 390.151 туриста (највише Врњачку Бању – 207.559 туриста) (РЗЗС, 2023: 259).

Из Региона Шумадије и Западне Србије, константно је, у последњих десет година (2014 – 2024) већи број одсељених лица у односу на досељена. Такође, негативан је и миграциони салдо, износи годишње у просеку око 4.000 лица. Од тога, у 2022. години, Расински округ има негативан миграциони салдо од 505 становника, а Рашки округ (такође негативан) миграциони салдо од 187 становника (РЗЗС, 2022). Све ово говори да је потребно стратешко планирање од стране Републике Србије које би за циљ имало останак становништва ова два округа, последично читавог региона Шумадије и Западне Србије. Неискоришћени културни ресурси ова два округа, инфраструктурна решења (Моравски коридор, аеродром Морава у Краљеву, спортски аеродроми у Крушевцу и Трстенику), постојање развијених туристичких центара – Копаоника и Врњачке Бање, могу довести до смањења одлива становништва, повећања регионалног и републичког БДП-а, развоја туристичке понуде и већег запошљавања становништва. Ако имамо у виду да је туризам једна од најбрже растућих грана индустрије са могућношћу привлачења нових инвестиција, отварања нових послова и ангажовања људи различитих занимања (Радовић, Чигоја Пипер: 2016) можемо да донесемо закључак да развијање туризма на територији Рашког и Расинског округа би условило мањи одлив радно способних људи, смањило проценат незапослености и допринело свеукупном развоју ове две области. Како је напред поменуто, ова два округа су богата културним наслеђем, а

[13] За читав милион мање становника него у 2017. години када је у Региону било 1.924.816. Види: РЗЗС 2017, стр. 45.
[14] Број туриста у Региону Шумадија и Западна Србија је 2022. године био за скоро 140.000 већи него у 2018. години. Према: РЗЗС 2023, стр. 257.

модерни туриста се сви више окреће туризму специјалних интереса, примарно културном туризму и то захваљујући све већем приступу информацијама које су доступне уз помоћ модерних технологија (Радовић и др., 2017: 8 – 9).

Поред богатог културног наслеђа, о коме ће бити више речи мало касније, Рашки и Расински округ одликују атрактивне гео-физичке, хидролошке, демографске и природне карактеристике.

Анализирано подручје Рашког и Расинског округа припада брдско-планинском подручју југозападне Србије, између планинских масива (са истока на запад) Јастребац, Гоч, Жељин, Столови, Копаоник, Чемерно и Голија са јужне стране а масива Јухора и Гледићких планина са северне стране. Осим Копаоника који са највишим, Панчићевим врхом, тек за 17 метара прелази надморску висину од 2.000 метара, остале планине ова два округа, са својим највишим врховима нижим од 2.000 метара спадају у планине средње висине (Драшковић Ковачевић, 2002: 8 – 9).

Географску особеност ова два округа чини и богатство река. Уз долину реке Западне Мораве, водотокове Рашког и Расинског округа употпуњује и ток највећих притока Западне Мораве, у питању су река Ибар, Расина и Гружа, са другим мањим притокама – реке Студеница, Рашка, Јошаница, Рибница.

Дужина тока Западне Мораве износи 308 км, а дужина саме Западне Мораве износи 208 км. Њено сливно подручје износи 15.849 км², просечна ширина реке је 35 м, а максимална дубина и до 4 метра. Река западна Морава протиче поред Чачка, Краљева, Врњачке Бање, Трстеника и Крушевца. Код Сталаћа, Западна Морава прихвата ток реке Јужне Мораве формирајући тако реку Велику Мораву. У непосредној близини Краљева у Западну Мораву се улива река Ибар, њена најважнија притока са дужином од 272 км (Глиџић, 2013).

Са запада ова два округа се граниче са Моравичким (седиште у Чачку) и Златиборским округом (седиште у Ужицу), са севера са Шумадијским (седиште у Крагујевцу) и Поморавским (седиште у Јагодини), са истока са Нишавским округом (седиште у Нишу), а са југа са Топличким (седиште у Прокупљу) и Косовско-Митровачким округом (седиште у Косовској Митровици). Осим тога, са јужне стране, Рашки округ се граничи са суседном државом, Црном Гором, што додатно може да унапреди развој туризма, туристичке понуде и већу фреквенцију туриста.

Седиште Расинског округа је Крушевац (113.582 становника), а Рашког Краљево (110.196 становника). Осим ова два града, на територији ова два округа статус града има још Нови Пазар (106.720 становника) (Закон о територијалној организацији РС, 2018).

Остала места, у ова два округа, која према задњем попису из 2022. године, имају до 100.000 становника, имају статус општине (Трстеник 35.875 становника, Тутин 33.053, Врњачка Бања 25.065, Александровац 22.069, и тако даље) (РЗЗС, 2023: 42 – 43).

Расински округ има (према попису из 2022) 207.197 становника и површину од 2.668 км² од чега 62% одлази на пољопривредне површине. Рашки округ има 296.532 становника и површину од 3.918 км². Са више од пола милиона становника, и преко 6.000 км², ова два округа заузимају 7,12% укупног броја становништва Републике Србије и 6,79 % њене површине, што их чини одличним за једну повезану дестинацију са заокруженом понудом (извор: РЗЗС).

Осим тога, ова два округа имају сличне климатске карактеристике. Припадају умерено-континенталној клими са просечном летњом температуром од 21,8 степена, односно зимском од 0,3 степена (Драшковић Ковачевић, 2002: 12 – 13).

Наведене округе карактерише постојање неких развијених туристичких дестинација, постојање микро-дестинација и атракција, као и потенцијалних дестинација и атракција:

- Бање: Врњачка, Матарушка, Јошаничка, Новопазарска, Богутовачка, Рибарска;
- Етно-села: Богут и Лопатница код Краљева, Кедар село на Гочу, Ракезићи код Трстеника, Латковац код Александровца;
- Цркве и манастири: Студеница, Сопоћани, Жича, црква Светог Петра у Расу, Велуће, Љубостиња, Градац, Ђурђеви Ступови, манастир Црна Река;
- Фортификације: Кула Тодора од Сталаћа, Лазарев град у Крушевцу, Јеринин град код Трстеника, средњовековни градови Маглич, Козник, Брвеник, Рас и Јелеч.

У сврхе дисертационог истраживања, на територији Рашког и Расинског округа је идентификовано 25 установа културе (десет библиотека, десет других установа културе,[15] три архива, два позоришта), пет установа заштите (Завод за заштиту споменика у Краљеву, Народни музеј у Краљеву, Народни музеј у Крушевцу, Завичајни музеј Жупе и Музеј винарства и виноградарства у Александровцу, Завичајни музеј Ћићевац у оснивању) и десет туристичких организација.

[15] Углавном културних центара, али су у ову групу смештени и биоскопи, народни универзитети, мултимедијални центри, културно-просветне заједнице и слично

Од туристичких организација једна има територијалну надлежност (Регионална туристичка организација Санџака, три су градске (Туристичка организација Крушевац, Туристичка организација Краљево и Туристичка организација Нови Пазар) и шест општинских туристичких организација (у Трстенику, Александровцу, Врњачкој Бањи, Ћићевцу, Варварину, Брусу и Тутину).

Туристичке организације:

1. Регионална туристичка организација Санџака (Рашки округ)
2. Туристичка организација општине Врњачка Бања (Рашки округ)
3. Туристичка организација Краљево (Рашки округ)
4. Туристичка организација Нови Пазар (Рашки округ)
5. Туристичка организација општине Рашка (Рашки округ)
6. Туристичка организација Крушевац (Расински округ)
7. Туристичка организација општине Трстеник (Расински округ)
8. Туристичка организација општине Брус (Расински округ)
9. Туристичка организација општине Александровац (Расински округ)

Следи списак установа културе Рашког и Расинског округа. На основу делатности, ове установе културе можемо класификовати на следећи начин: заводи за заштиту споменика, музеји, библиотеке, архиви, позоришта, друге установе културе.

Заводи за заштиту споменика:

1. Завод за заштиту споменика (Краљево, Рашки округ)

Музеји:

1. Народни музеј Крушевац (Расински округ)
2. Завичајни музеј Александровац (Расински округ)
3. Народни музеј Краљево (Рашки округ)
4. Музеј Рас Нови Пазар (Рашки округ)
5. Завичајни музеј Ћићевац у оснивању (Расински округ)

Библиотеке:

1. Народна библиотека Крушевац (Расински округ)
2. Народна библиотека „Јефимија“ Трстеник (Расински округ)
3. Народна библиотека „др Душан Радић“ (Рашки округ)
4. Народна библиотека „Стефан Првовенчани“ Краљево (Рашки округ)
5. Народна библиотека Александровац (Расински округ)
6. Народна библиотека Ћићевац (Расински округ)
7. Општинска библиотека Варварин (Расински округ)

8. Народна библиотека Брус (Расински округ)
9. Народна библиотека „Доситеј Обрадовић“ Нови Пазар (Рашки округ)
10. Народна библиотека „Ејуп Мушовић“ Тутин (Рашки округ)

Архиви:

1. Историјски архив „Рас“ Нови Пазар (Рашки округ)
2. Историјски архив Крушевац (Расински округ)
3. Историјски архив Краљево (Рашки округ)

Позоришта:

1. Краљевачко позориште
2. Крушевачко позориште

Друге установе културе:

1. Културни центар Крушевац (Расински округ)
2. Народни универзитет Трстеник (Расински округ)
3. Дом културе Милосав Буца Милисављевић Александровац (Расински округ)
4. Културно-просветна заједница „Жупа“ Александровац (Расински округ)
5. Центар за културу Брус (Расински округ)
6. Културни центар Врњачке Бање (Рашки округ)
7. Дом културе „Рибница“ Краљево (Рашки округ)
8. Културни центар Нови Пазар (Рашки округ)
9. Центар за културу Градац Рашка (Рашки округ)
10. Мултимедијални центар Тутин (Рашки округ)

У складу са темом, тежиште дисертационог истраживања ће бити на јавним установама културе и културног наслеђа, а то су најпре музеји као чувари и промотери материјалног и нематеријалног културног наслеђа, потом све остале побројане установе културе.

У овом делу дисертације пажња ће бити поклоњена Регионалној туристичкој организацији Санџака и Заводу за заштиту споменика у Краљеву због њихове специфичности и велике територије на којој се простире њихова надлежност.

Регионалну туристичку организацију Санџака (текст у наставку преузет са официјелног сајта) су „основали град Нови Пазар и општине Сјеница и Тутин у циљу формирања заједничке туристичке понуде и бренда, базираног на јединствености регије. Регионална туристичка организација за циљ има давање подршке локалним туристичким организацијама у даљем развоју и унапређењу туристичке понуде. Новопазарски санџак, или како је данас уобичајено рећи – само Санџак, пограничка је регија у Југоисточној

Европи која обухвата југозападни део данашње Републике Србије и северни део Републике Црне Горе. Простире се на површини од 8.409 км² од чега је у оквиру Републике Србије део који обухвата површину од 4.504 км² док се у оквиру Црне Горе налази површина од 3.905 км²".[16]

Посебно је интересантно што се Регионална туристичка организација Санџак територијално преклапа са **Туристичком организацијом регије Западна Србија** на територији општине Сјеница (извор: званичне веб странице Регионалне туристичке организације Санџака и Туристичке организације Западна Србија). Туристичка организација регије Западна Србија основана је „ради развоја и унапређења туризма и очувања туристичких вредности општина: Ужице, Бајина Башта, Чајетина, Нова Варош, Пријепоље, Сјеница, Косјерић, Пожега, Ариље и Ивањица". Регија је дефинисана као: природа и планине у креативном окружењу, док имиџ регије представља: забавна атмосфера, радост живота и иновативност.[17]

Завод за заштиту споменика Краљево своју основну делатност обавља у оквиру четири управна округа: Рашки, Расински, Моравички и Златиборски и на територији 25 општина (поређано азбучним редом): Александровац, Ариље, Бајина Башта, Брус, Варварин, Врњачка Бања, Горњи Милановац, Ивањица, Косјерић, Краљево, Крушевац, Лучани, Нова Варош, Нови Пазар, Прибој, Пријепоље, Пожега, Рашка, Сјеница, Трстеник, Тутин, Ћићевац, Ужице, Чајетина, Чачак (извор: Завод за заштиту споменика Краљево, званична веб страница).

На територији коју Завода за заштиту споменика културе Краљево тренутно је утврђено 311 непокретних културних добара (НКД) од којих је 176 утврђено, 95 категорисано као непокретно културно добро од великог значаја и 33 као непокретно културно добро од изузетног значаја на основу Закона о културним добрима (1994).

---

[16] Преузето са сајта: http://sandzak.travel/o-nama/ и http://sandzak.travel/geo-polozaj/. Није потпуно јасно шта се мисли под термином „Новопазарски санџак" или „само Санџак" ако се зна да у Закону о територијалној организацији Републике Србије таква регија не постоји (види: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_teritorijalnoj_organizaciji_republike_srbije.html), као ни у Стратегији развоја туризма републике Србије 2016 – 2025. Осим тога, није потпуно јасно ни зашто се РТО Санџак простире половином своје, на сајту, дефинисане површине на територији Републике Црне Горе ако знамо да су је основале локалне самоуправе са територије Републике Србије, као и да ли је Република Црна Гора на неки начин ангажована у промоцији српске регионалне туристичке дестинације „Новопазарски санџак". Такође, интересантно је зашто је одабрана територија управо Новог Пазара и Тутина који се налазе на територији Рашког управног округа и Сјенице која се налази на територији Златиборског округа. Ово свакако може бити тема у неким даљим истраживањима.

[17] Преузето са сајта: http://www.westserbia.org/o-nama/. Колико се делатности ове две регионалне туристичке организације преклапају, и колико и да ли ове две РТО сарађују, тема је за неко друго истраживање, с обзиром на то да се Сјеница не налази на територији ни једног од два округа који су у фокусу овог истраживања – Рашког и Расинског округа.

Основна стручна делатност Завода за заштиту споменика културе у Краљеву састоји се у следећим методолошким поступцима:

- Истраживање терена, евиденција и документација културних добара
- Вођење регистара по врстама културних добара и документације уз регистре
- Утврђивање непокретних културних добара од изузетног и великог значаја
- Учешће у изради и доношењу просторних и урбанистичких планова
- Информативна и издавачка делатност
- Израда пројеката и извођење истраживачких и заштитних радова

Како би се стекао целовити увид у непокретна културна добра о којима се брине Завод за заштиту споменика Краљево, а која се налазе на територији Рашког и Расинског округа, извршено је њихово мапирање у виду табеларног прегледа. Мапирање је извршено на основу података датих на сајту Завода за заштиту споменика Краљево. У првој колони се налазе општине и градови Рашког и Расинског округа, поређани по азбучном реду, ради лакше оријентације, са напоменом у загради, ком управном округу припадају. У другој колони је назив категоризованог културног добра и место где се налази. У трећој колони је број одлуке и година када је донета, као и доносилац одлуке. У последњој колони је категорија културног добра.

Име града/општине и округ коме припада	**Име непокретног културног добра**	**Број и година одлуке, доносилац одлуке**	**Категорија НКД**
Александровац (Расински округ)	РУДЕНИЦА, црква Светог Илије (манастир Руденица)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Александровац (Расински округ)	ДРЕНЧА, црква Светог Стефана (манастир Дренча)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Александровац (Расински округ)	ВИТКОВО, археолошки локалитет Витково	Службени гласник СРС, бр. 28/83	просторна културно-историјска целина од великог значаја
Александровац (Расински округ)	ДРЕНЧА, пољана Лукаревина	Службени гласник СРС, бр. 28/83	просторна културно-историјска целину од великог значаја

Александровац (Расински округ)	СТАЊЕВО, виноградарски подрум Верке Лапчевић	број 02-101 од 15. марта 1984. Скупштина општине Александровац	споменик културе
Александровац (Расински округ)	АЛЕКСАНДРОВАЦ, Поп Маркова кућа (зграда Музеја)	број 02-72 од 26. јуна 1985. Скупштина општине Александровац	споменик културе
Александровац (Расински округ)	ЈЕЛАКЦИ, црква Светог Петра и Павла	Службени гласник РС 5/97	споменик културе
Александровац (Расински округ)	ВЕЛИКА ВРБНИЦА, црква Светог Николе	Службени гласник РС 5/2000	споменик културе
Александровац (Расински округ)	КОЖЕТИН, црква Вазнесења господњег	Службени гласник РС 128/2003	споменик културе
Брус (Расински округ)	КОЗНИК, град Козник (средњовековни град Козник	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе
Брус (Расински округ)	ЛЕПЕНАЦ, рушевине манастира Светог Стевана	број 1063/48 од 29. јуна 1948., Завод за заштиту и научно проучавање споменика културе НРС	споменик културе
Брус (Расински округ)	МИЛЕНТИЈА, црква Светог Стефана у Осредцима (манастир Милентија)	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Брус (Расински округ)	КРИВА РЕКА, црква Светог Петра и Павла	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Брус (Расински округ)	БОРАНЦИ, црква Свете Богородице	број 633-4/91-01 од 26.12.1991. Скупштина општине Брус	споменик културе
Варварин (Расински округ)	ПАРЦАНИ, кућа у којој је радио и живео Мирко Томић	број 633-2/83-02 од 15. априла 1983. Скупштина општине Варварин	Одлука о проглашењу куће
Варварин (Расински округ)	СЕЛО ВАРВАРИН, Кнез Милетина воденица, I	број 633-1/92-02 од 18. децембра 1992. Скупштина општине Варварин	споменик културе
Варварин (Расински округ)	Место Варваринске битке са Спомеником грофу Орурку	број 633-2231/97-028 од 18. јуна 1997. Влада Републике Србије (Службени гласник РС 27/97)	Одлука о утврђивању места Варваринске битке са спомеником грофу Орурку

Врњачка Бања (Рашки округ)	ВРЊАЧКА БАЊА, Дворац Белимарковића	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Врњачка Бања (Рашки округ)	ЛАЂАРИШТЕ, неолитско насеље Лаћариште	Службени гласник РС 27/97	археолошко налазиште
Врњачка Бања (Рашки округ)	ВРЊАЧКА БАЊА, Чајкино брдо	Службени гласник СРС, бр. 47/87	просторно културно – историјска целина од великог значаја
Врњачка Бања (Рашки округ)	ГРАЧАЦ, црква Светог Саве	Службени гласник РС 5/2000	споменик културе
Врњачка Бања (Рашки округ)	ВРЊАЧКА БАЊА, капела Белимарковић	Службени гласник РС бр. 4/2009	споменик културе
Врњачка Бања (Рашки округ)	ВРЊАЧКА БАЊА, вила Авала	Службени гласник РС 84/2014	споменик културе
Врњачка Бања (Рашки округ)	ВРЊАЧКА БАЊА, вила Ми Ла	Службени гласник РС 84/2014	споменик културе
Врњачка Бања (Рашки округ)	ВРЊАЧКА БАЊА, вила Палас	Службени гласник РС 122/2014	споменик културе
Врњачка Бања (Рашки округ)	ВРЊАЧКА БАЊА Зграда „Задужбина Лазара Стојадиновића, вишег контролора поште и телеграфа и жене му Анке“ – „Поштански дом“	Службени гласник РС 99/2015	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	СТУДЕНИЦА, манастир Студеница	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја
Краљево (Рашки округ)	ЖИЧА, манастир Жича	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја
Краљево (Рашки округ)	МАГЛИЧ, Маглич – тврђава над Ибром (средњовековни град Маглич)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја
Краљево (Рашки округ)	ВРБА, црква брвнара у Врби	број 1064/48 од 29. јуна 1948. Завод за заштиту и научно проучавање споменика културе НРС	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	ВРХ, стара црква у селу Врх (црква Светог Ђорђа)	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	ДОЛАЦ, црква Свете Богородице у Долцу	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја

Краљево (Рашки округ)	ПАЛЕЖ, црква Светог Николе	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	РУДНО, црква Никољача у Рудном	број 1351/48 од 17. августа 1948. Завод за заштиту и научно проучавање споменика културе НРС	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	КРУШЕВИЦА, кућа Кристине Маричић (кућа народног хероја Живана Маричића)	број 1789/49 од 17. октобра 1949. Завода за заштиту и научно проучавање споменика културе НРС	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	ЦВЕТКЕ, црква брвнара у селу Цветкама (црква брвнара са гробљем)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, Господар Васин конак	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, зграда Основне школе IV краљевачки батаљон (зграда Народног музеја)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, црква Свете Тројице	број 209/71 од 01. јуна 1971. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, Стара зграда лоцирана у центру Краљева у улици Цара Душана број 39 (кућа Зорке Аџић)	број 189/74 од 12. априла 1974. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	ПЕЧЕНОГ, кућа Милована Сеничића у селу Печеногу (Сеничића кућа)	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, Швапчића кућа	број 515/76 од 31.12.1976. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе

Краљево (Рашки округ)	САВОВО, Горња испосница у Савову (горња Савина испосница)	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	САВОВО, Доња испосница у Савову (доња Савина испосница)	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	ПОЛУМИР, споменик српским ратницима 1912-1918. у Полумиру	број 633-12/83 од 20. децембра 1983. Скупштина општине Краљево	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, Спомен парк	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од изузетног значаја
Краљево (Рашки округ)	УШЋЕ, црква Светог Николе	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	ТАВНИК, чардак Игрутина Подгорца	број 633-5/85 од 27. септембра 1985. Скупштина општине Краљево	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	ДРАЖИНИЋИ, кућа Перише Дамљановића	број 633-6/88 од 04. марта 1988.	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	КОСУРИЋИ, гробљанска црква Свете Катарине у Тадењу (засеок Косурићи)	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	ТЕПЕЧИ (ЖЕЛЕЗНИЦА), гробљанска црква Светог Николе у Тепечима	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, Чаршија са тргом	број 06-67/90 од 29. јуна 1990. Скупштина општине Краљево	просторно културно-историјска целина
Краљево (Рашки округ)	Римокатоличка црква светог Михаела Арханђела са Жупним двором у Краљеву, ул. Хајдук Вељкова бр. 48	број 633- 4004/2019 од 25. априла 2019. Влада Републике Србије Сл. Гласник РС 30/2019.	Споменик културе
Краљево (Рашки округ)	МИЛИЋИ, гробљанска црква Светог Алексија	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја

Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, кућа Петровића, ул. Цара Лазара бр. 37	број 633-2231/97-09 од 18. јуна 1997. Влада Републике Србије Сл. Гласник РС 27/97	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, кућа Божића, ул. Танаска Рајића бр. 12	број 633-2231/97-013 од 18. јуна 1997. Влада Републике Србије Сл. Гласник РС 27/97	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, кућа Марковића, ул. Карађорђева бр. 7	број 633-2231/97-017 од 18. јуна 1997. Влада Републике Србије Сл. Гласник РС 27/97	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, кућа Новаковића, ул. Цара Душана бр. 37	број 633-12494/2015 од 28. новембра 2015. Влада Републике Србије Сл. Гласник РС 97/2015.	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	ВРДИЛА, црква Богојављења у Врдилима	број 633-3721/97 од 17. октобра 1997. Влада Републике Србије Сл. Гласник РС 51/97	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	ЦЕРЈЕ, Споменик српским ратницима 1912 – 1918.	број 633-12/83 од 20.12.1983. СО Краљево Службени лист Општине Краљево број 13/83.	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	ЛАЗАЦ, окућница Славка Радојичића	број 633-1/93-I од 02. априла 1993. Скупштина општине Краљево	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	РИБНИЦА, црквина у горњој Рибници	број 633-2153/97-26 од 08. августа 1997. године донета од стране Владе Републике Србије Сл. Гласник РС 39/97	археолошко налазиште
Краљево (Рашки округ)	УШЋЕ, стара школа у Ушћу	Службени гласник РС бр. 126/07 од 28.12.2007. [illegible]не	споменик културе
Краљево (Рашки округ)	КРАЉЕВО, Комплекс Пољопривредне школе Др Ђорђе Радић у Краљеву	Службени гласник РС број 100/2014	просторно културно – историјска целина

Крушевац (Расински округ)	КРУШЕВАЦ, црква Лазарица заједно са околином (црква Светог Стефана-Лазарица са Крушевачким градом)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја
Крушевац (Расински округ)	НАУПАРА, Наупара-црква са непосредном околином (Богородичина црква) (манастир Наупаре)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Крушевац (Расински округ)	КРУШЕВАЦ, Бегова кућа са архитектонском целином Грчки шор (обухвата улицу Вука Караџића)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	просторно културно историјска целина од великог значаја
Крушевац (Расински округ)	КРУШЕВАЦ, Зграда СО Крушевац (Окружно начелство)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Крушевац (Расински округ)	КРУШЕВАЦ, зграда Народног музеја (Симића кућа), зграда у улици Милоја Закића 4	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Крушевац (Расински округ)	КУКЉИН, горња зв. Радојичина и доња зв. Миленковића воденица у Кукљину (воденице Моравке)	број 633-6/86 од 12. новембра 1986. Скупштина општине Крушевац	споменици културе
Крушевац (Расински округ)	КРУШЕВАЦ, зграда у улици Милоја Закића бр. 12 са спољним и унутрашњим обележјима неоренесансе и сецесије, (Уметничка галерија)	бр. 633-1/82 од 26. марта 1982. године донета од стране Скупштине општине Крушевац	споменик културе
Крушевац (Расински округ)	КРУШЕВАЦ, меморијални комплекс Слободиште	Службени гласник СРС, бр. 28/83	знаменито место од великог значаја
Крушевац (Расински округ)	КРУШЕВАЦ, споменик Косовским јунацима	број 633-1/91 од 28. маја 1991. Скупштина општине Крушевац	споменик културе

Крушевац (Расински округ)	БЕЛА ВОДА, чесма, гробље и кућа Милуновића	Службени лист општине Крушевац, 7/93	споменички комплекс културно добро - споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	ЂУРЂЕВИ СТУПОВИ, рушевине манастира Ђурђеви Ступови заједно са њиховом непосредном околином (манастирски комплекс)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	СОПОЋАНИ, манастир Сопоћани код Новог Пазара заједно са његовом непосредном околином	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, Стари град са каменим бастионом и осмоугаоном каменом кулом у самој вароши Нови Пазар (Новопазарска тврђава)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	ЈЕЛЕЧ, Јелеч, град у рушевинама код Новог Пазара (средњовековни град Јелеч)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, Петрова црква у Расу заједно са старим гробљем око ње	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, Стари хан у Новом Пазару (Амир агин хан)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	ЈАНАЧКО ПОЉЕ, црква Светог Димитрија	Службени гласник СРС, бр. 28/83)	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	ШТИТАРИ, црква Светог Николе	Службени гласник СРС, бр. 28/83)	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	ДОИНОВИЋИ, црква Свете Марине	Службени гласник СРС, бр. 28/83)	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	ПОПЕ, црква Светог Петра и Павла	Службени гласник СРС, бр. 28/83)	споменик културе од великог значаја

Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, зграда старог хамама (Иса бега Исхаковића)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВОПАЗАРСКА БАЊА, старо купатило-хамам у Новопазарској Бањи	број 120/70 од 17. априла 1970. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	ЖИВАЛИЋИ, црква Светог Лазара	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	КОВАЧЕВО, црква Свете Богородице	број 86 од 10. фебруара 1972. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, Курт-Челебијина џамија у Својбору тзв. Пашина џамија	број 123 од 17. марта 1972. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, Хаџи Хуремова џамија са турбетом и гробљем	број 124 од 17. марта 1972. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, велико гробље Парице	број 125 од 17.03.1972. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, гробље Газилар са турбетом дервиша Ахмет Гурбије и Абдулкадира	број 126 од 17. марта 1972. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, Хавале Ахмед бегова или Лејлек џамија	број 181/75 од 19. јуна 1975. Завод за заштиту споменика културе Краљево	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	РАС, Рушевине старог града Раса, заједно са њиховом непосредном околином (остаци	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја

	средњовековног града: Градина, подграђе, Трговиште и некропола		
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, зграда старог Суда	број 633-9/86 од 29. децембра 1986. Скупштина општине Нови Пазар	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, управна зграда Унипрома	број 633-2/86 од 29. децембра 1986. Скупштина општине Нови Пазар	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, зграда Митрополије	број 633-10/86 од 29. децембра 1986. Скупштина општине Нови Пазар	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, црква Светог Николе	број 633-1/84 од 10. априла 1984. Скупштина општине Нови Пазар	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, Јеврејско гробље	број 633-3/87 од 29. септембра 1989. Скупштина општине Нови Пазар	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, Алтун алем џамија	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	ДОЉАНИ, туристички дом Сопоћани	број 633-5/94 од 27. априла 1994. Скупштина општине Нови Пазар	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	ПОПЕ (ПУРЋЕ), црква Лазарица	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, зграда музеја Рас	број 633-6872/2001-16 од 17. јула 2001. године Службени гласник РС 46/2001	споменик културе
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВИ ПАЗАР, Новопазарска тврђава са старом чаршијом и комплексом око Алтун Алем џамије (стара	Службени гласник СРС, бр. 14/79	просторно културно-историјска целина од изузетног значаја

	чаршија која обухвата Улицу Првог маја)		
Нови Пазар (Рашки округ)	Споменичко подручје Стари Рас са Сопоћанима	Службени гласник СРС, бр. 47/87	културно добро-просторна културно-историјска целина од изузетног значаја
Нови Пазар (Рашки округ)	НОВОПАЗАРСКА БАЊА, локалитет Терме	број 225/3-64 од 22. јуна 1964 Републички завод за заштиту споменика културе	археолошко налазиште
Нови Пазар (Рашки округ)	ДЕЖЕВА, средњовековна некропола са остацима цркве у Дежеви	број 633-14/83 од 25. новембра 1983. Скупштина општине Нови Пазар	археолошко налазиште
Нови Пазар (Рашки округ)	ПОСТЕЊЕ, археолошко налазиште Градина у Постењу	број 633-8/89 од 25. априла 1989. Скупштина општине Нови Пазар	археолошко налазиште
Рашка (Рашки округ)	ГРАДАЦ, манастир Градац	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја
Рашка (Рашки округ)	НОВА ПАВЛИЦА, Нова Павлица – црква посвећена Ваведењу Богородице заједно са непосредном околином	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Рашка (Рашки округ)	СТАРА ПАВЛИЦА, Стара Павлица – црква у рушевинама	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Рашка (Рашки округ)	БАЉЕВАЦ, црква Светог Николе	Службени гласник СРС, бр. 47/87	споменик културе од великог значаја
Рашка (Рашки округ)	ТРНАВА, црква Свете Петке у Трнави	број 121 од 16. априла 1970. Завода за заштиту споменика културе Краљево	Решење о стављању под заштиту закона
Рашка (Рашки округ)	КОНЧУЛИЋ, црква Светог Николе у Кончулићу (манастир Кончулић)	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Рашка (Рашки округ)	ШУМНИК, црква Светог Николе у Шумнику	Службени гласник СРС, бр. 47/87	споменик културе од великог значаја

Рашка (Рашки округ)	ГРАДАЦ, стара кућа у Градцу (кућа Радомира Вујанца)	број: 06-1-27/81 од 9. маја 1981. Скупштина општине Рашка	споменик културе
Рашка (Рашки округ)	РАШКА, зграда у улици Душана Јемуовића бр. 6 (Курсулића кућа – зграда Рашког Музеја)	број: 06-1-100/88 од 1. новембра 1988. Скупштина општине Рашка	споменик културе
Рашка (Рашки округ)	БРВЕНИК, средњовековни град Брвеник са црквом посвећеном Светом Николи	број: 06-II-4/93 од 16. априла 1993. Скупштина општине Рашка	споменик културе
Рашка (Рашки округ)	ЈОШАНИЧКА БАЊА, старо купатило	број 633-2231/97-021 од 18. јуна 1997. Влада Републике Србије Сл. Гласник РС 27/97	споменик културе
Рашка (Рашки округ)	ЈОШАНИЧКА БАЊА, ново купатило	број 633-2231/97-022 од 18. јуна 1997. Влада Републике Србије Сл. Гласник РС 27/97	споменик културе
Рашка (Рашки округ)	КРЕМИЋИ, археолошки локалитет Зајачак у Кремићима	Сл. Гласник РС бр. 2/2003	археолошко налазиште
Трстеник (Расински округ)	ВЕЛУЂЕ, манастир Велуће заједно са непосредном околином	број 633-491/94-02 од 28.9.1994. Скупштина општине Трстеник Службени гласник СРС, бр. 14/79	предео изузетних одлика споменик културе од великог значаја
Трстеник (Расински округ)	ЉУБОСТИЊА, манастир Љубостиња	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од изузетног значаја
Трстеник (Расински округ)	ТРСТЕНИК, стара кућа у Трстенику у Улици Цара Лазара бр. 1 (кућа П. Катића – Катића кућа)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Трстеник (Расински округ)	ГРАБОВАЦ, Јеринин град код Трстеника	број 250/50 од 10. марта 1950. Завод за заштиту и научно проучавање споменика културе НРС	Решење о стављању под заштиту државе

Трстеник (Расински округ)	ГОРЊИ РИБНИК, црква Арханђела Гаврила у Горњем Рибнику	број 633-4/82-01 од 4. јуна 1984. Скупштина општине Трстеник	споменик културе
Трстеник (Расински округ)	ТРСТЕНИК, кућа Милице Ивановић	број 633-1/84-02 од 16. децембра 1985. Скупштина општине Трстеник	споменик културе
Трстеник (Расински округ)	СТРАГАРИ, праисторијско насеље у Страгарима	број 633-2/89-03 од 27. децембра 1989. Скупштина општине Трстеник	археолошко налазиште
Трстеник (Расински округ)	ПОЉНА, локалитет Шупљаја у Пољни	број 633-2/89-03 од 27. децембра 1989. Скупштина општине Трстеник	археолошко налазиште
Трстеник (Расински округ)	ТРСТЕНИК, кућа Петра Милосављевића и др. (Љубице…)	број 630-5/90-03 од 19. фебруара 1991. Скупштина општине Трстеник	споменик културе
Трстеник (Расински округ)	Спомен парк Попина у Штулцу	2019. одлука Владе РС	знаменито место
Тутин (Рашки округ)	РИБАРИЋЕ, манастир Црна Река	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Тутин (Рашки округ)	ТУТИН (Лукавица), црква Светог Петра и Павла и старо гробље око ње	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Тутин (Рашки округ)	МОЈСТИР, кућа Стане и Радоша Чукића (кућа народног хероја Богољуба Чукића)	број 465/51 од 12. априла 1951. Завод за заштиту и научно проучавање споменика културе НРС	Решење о стављању под заштиту државе
Тутин (Рашки округ)	ТУТИН, Хамзагића кућа	број: 06/53-80 од 5. октобра 1980. Скупштина општине Тутин	споменик културе
Тутин (Рашки округ)	ПАЉЕВО, Пећинска црква у Паљеву	број: 06-39/87 од 23. октобра 1987. Скупштина општине Тутин	археолошко налазиште
Тутин (Рашки округ)	ЦРКВИНЕ, Смолућска пећина	број 05 број 633-3721/97 од 17. октобра 1997. Влада Републике Србије	археолошко налазиште

		Службени гласник РС 51/97	
Тутин (Рашки округ)	ТУТИН, остаци манастира на локалитету Црквина у Тутину	број 633-3153/97-28 од 8. августа 1997. Влада Републике Србије Службени гласник РС 39/97	археолошко налазиште
Тутин (Рашки округ)	ПИСКОПОВЦЕ, остаци цркве и гробља у Пископовцима	05 број 633-3721/97 од 17. октобра 1997. Влада Републике Србије Службени гласник РС 51/97	археолошко налазиште
Ћићевац (Расински округ)	СТАЛАЋ, рушевине града Сталаћа (средњовековни град Сталаћ)	Службени гласник СРС, бр. 14/79	споменик културе од великог значаја
Ћићевац (Расински округ)	СТЕВАНАЦ, црква Светог Стефана	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Ћићевац (Расински округ)	ЈАКОВАЦ, црква Светог Марка	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Ћићевац (Расински округ)	СТАЛАЋ, црква Светог Арханђела	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Ћићевац (Расински округ)	БРАЉИНА, црква Светог Николе	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја
Ћићевац (Расински округ)	СТАЛАЋ, црква Светог Духа у граду Сталаћу	Службени гласник СРС, бр. 28/83	споменик културе од великог значаја

Табела 8: Непокретна културна добра Рашког и Расинског управног округа (Извор: https://nasledje.gov.rs/index.cfm/spomenici/pretraga_spomenika_new, приступљено 23.12.2023)

На територији Рашког и Расинског округа се налази 147 непокретних културних добара. Следећи табеларни приказ даје сумарни преглед категорија непокретних културних добара по градовима и општинама. Од тога (по азбучном реду): Александровац има 9 непокретних културних добара (НКД), Брус 5 НКД, Варварин 3 НКД, Врњачка Бања 10 НКД, Краљево 37 НКД, Крушевац 10 НКД, Нови Пазар 36 НКД, Рашка 14 НКД, Трстеник 9 НКД, Тутин 8 НКД, Ћићевац 6 НКД.

Сва културна добра су разврстана по категоријама: споменик културе, споменик културе од великог значаја, споменик културе од изузетног значаја, археолошко налазиште, просторно културно-историјска целина, просторно културно-историјска

целина од великог значаја, просторно културно-историјска целина од изузетног значаја, споменички комплекс, знаменито место, знаменито место од великог значаја. Најбројнији су споменици културе (60) и споменици културе од великог значаја (47). За њима следе споменици културе од изузетног значаја (11) и археолошка налазишта (12).

Из ове табеле можемо да закључимо да највећи број непокретних културних добара се налазе на територији градова Краљево (37) Нови Пазар (36) и општине Рашка (14), из разлога што се ова места налазе на територији српске средњовековне државе Немањића. Осим тога, на територији ова два града се налазе непокретна културна добра која се налазе на УНЕСКО-вој листи универзалне светске баштине. У питању су: манастир Студеница и утврђени средњовековни град Стари Рас са манастиром Сопоћани.

Одлуком о утврђивању непокретних културних добара од изузетног и од великог значаја група цркава у околини манастира Студенице (Службени гласник СРС, бр. 28/83) уведене су следеће цркве (11): црква Светог Ђорђа у Врху, црква Свете Богородице у Долцу, црква Светог Николе у Палежу, црква Светог Николе у Ушћу, засеок Река, црква Свете Катарине у Тадењу, засеок Косурићи, гробљанска црква Светог Николе у Тепечима, гробљанска црква Светог Алексија у селу Милићи, црква Светог Димитрија у Јаначком пољу, црква Светог Петра и Павла у селу Попе, црква Светог Лазара у Живалићима и црква Лазарица у селу Попе (Пурће).

Општина/ Категорија НКД	Александровац	Брус	Варварин	Врњачка Бања	Краљево	Крушевац	Нови Пазар	Рашка	Трстеник	Тутин	Ћићевац	Укупно
Споменик културе	5	3	3	5	15	3	14	6	4	2		**60**
Споменик културе од великог значаја	2	2		1	13	3	11	5	2	2	6	**47**
Споменик културе од изузетног значаја					4	1	4	1	1			**11**
Археолошко налазиште				1	1		3	1	2	4		**12**
Просторно културно-историјска целина					2							**2**

Просторно културно-историјска целина од великог значаја	2			1		1						**4**
Просторно културно-историјска целина од изузетног значаја							2					**2**
Споменички комплекс						1						**1**
Знаменито место									1			**1**
Знаменито место од великог значаја						1						**1**
Укупно	**9**	**5**	**3**	**8**	**35**	**10**	**34**	**13**	**10**	**8**	**6**	**141**

Табела 9: сумарни преглед непокретних културних добара Рашког и Расинског округа по категоријама и општинама, односно градовима, извор: ЗЗС Краљево

Територија коју покрива Завод за заштиту споменика у Краљеву обухвата и комплетну културну руту ТРАНСРОМАНИКА која повезује споменике грађене под утицајем романичке културе на територији неколико држава: Немачка, Аустрија, Италија, Француска, Шпанија, Португалија и (од 2017. године) Србија[18]. У Србији се пет манастира рашке школе налази на мапи културне руте ТРАНСРОМАНИКА. У питању су: манастир Жича код Краљева, манастир Студеница недалеко од општине Ушће, манастир Градац код Рашке и у околини Новог Пазара манастир Ђурђеви Ступови и манастир Сопоћани. Сви ови манастири се налазе на територији Рашког округа. На сајту https://www.transromanica.com/ се налази предлог за тродневно или петодневно путовање културном рутом ТРАНСРОМАНИКА кроз Србију, али је занимљиво да ни једна туристичка организација која покрива територију ове културне руте, на свом сајту, није истакла ову културну руту као део своје туристичке понуде (прим. ауторке). О недовољној туристичкој валоризацији руте ТРАНСРОМАНИКА говори и Вићентијевић, (2023: 218 – 219) која истиче да је, тржишно посматрано, рута ТРАНСРОМАНИКА на

[18] Поред културне руте ТРАНСРОМАНИКА, кроз Србију пролази још осам културних рута (Културна рута Јеврејског наслеђа, Европских гробља, Сецесија, Културна рута Архитектуре тоталитарних режима 20. века, Путеви римских царева, Европска рута индустријског наслеђа, Рута Гвоздене завесе, Културна рута жена писаца). Међу њима, територија Рашког и Расинског округа б могла, осим ТРАНСРОМАНИКЕ, да се нађе и на рути Европских гробља због гробља из 12. и 13. века код цркве Светих апостола Петра и Павла у околини Рашке или на рути индустријског наслеђа због импозантног комплекса фабрика Магнохром Карљево, Прва Петолетка Трстеник и 14. октобар Крушевац или на рути Архитектуре тоталитарних режима 20. века због изузетних споменика на територији Рашког и Расинског округа попут Споменика на Попини код Врњачке Бање или комплекса Слободиште код Крушевца, да поменемо само нешто.

нивоу Републике Србије „блеснула и нестала“ али истиче да ова културна рута „заслужује нове шансе за туристичку валоризацију, интензивнију промоцију као и успостављање одговарајућег управљачког тела које ће се бавити стратешким планирањем и управљањем ове руте“.

На основу изнетог закључујемо да је територија Рашког и Расинског округа изузетно богата категоризованим непокретним културним добрима те да поседује инфраструктурну мрежу установа заштите, установа културе и туристичких организације које, уз правилно руковођење и планску интерсекторску сарадњу, могу довести до развоја културног и са њиме повезаних других облика туризма.

3.1. Рашки управни округ

Рашки управни округ се налази у југозападном делу Републике Србије. Обухвата следеће градове и општине: град Нови Пазар, град Краљево, општину Врњачка Бања, општину Рашка и општину Тутин. Седиште округа је у граду Краљеву.

Према последњем званичном попису становништва из 2022. године, Рашки управни округ има 296.532 становника. Од тога, 53,2% становништва живи у урбаним срединама.

На почетку Поглавља 3 „Основе и потенцијали за културни туризам у Рашком и Расинском округу“ се налазе подаци о ниској стопи запослености и високом негативном миграционом салду становништва. Павловић, Голић (2011) наводе да туризам заузима важно место у процесу заустављања негативних економских процеса у Рашкој регији, али и да туризму није придавана одговарајућа развојна улога и поред разноликих природних и антропогених ресурса које ова област поседује. Исти аутори идентификују најважније антропогене потенцијале и могућност њихове валоризације у туристичке сврхе са посебним освртом на особености овог подручја које махом заузима брдско-планински простор.

Као најважније антропогене потенцијале Рашког округа Павловић, Голић (2011: 44) наводе бројне објекте градитељства уметности и културе из античког периода, средњег века и оријенталног периода са напоменом да су ове антропогене туристичке вредности „слабо туристички валоризоване“ и да их посетиоци разгледају у контексту

укупних знаменитости насеља или амбијенталних целина којима припадају као и да „због маркетиншке запостављености и саобраћајне изолованости“ већина објеката културне баштине бележи скромну туристичку посету, са изузетком неколико најпознатијих српских средњовековних манастира.

Павловић, Голић (2011) напомињу да се археолошки локалитети из периода праисторије и антике налазе на читавој територији Рашке регије, али да за посетиоце не представљају објекте значајније туристичке привлачности због „неуређености и туристичке неафирмисаности“. Као најзначајније антропогене туристичке вредности ове области аутори издвајају средњовековне сакралне споменике који представљају врхунац уметничког израза средњовековне архитектуре и сликарства и „могу се посматрати као својеврсни музеји“.

Међу овим сакралним споменицима Стари Рас са Сопоћанима, Петрова црква и Ђурђеви ступови су на листи УНЕСКО-а од 1979. године, а неколико манастира Рашког градитељства се налазе на културној рути ТРАНСРОМАНИКА, о чему је већ било речи.

На територији Рашке области, посебно у граду Новом Пазару, је сачуван и велики број објеката исламске оријенталне архитектуре из времена турске владавина (тврђаве, џамије, мостови, хамами – јавна купатила, ханови …). Најзначајније објекте исламског градитељства представљају џамије у Новом Пазару Алтун Алем и Арап џамија (последња деценија 14. века), потом чаршија – трговачки део града у оријенталном стилу кога одликују уске улице поплочане калдрмом као и Новопазарска тврђава и хамам из 15. века (Павловић, Голић, 2011: 44 – 46).

Вукчевић, Антић (2021) су спровели истраживање „Установе културе као носиоци развоја националног идентитета и културног туризма“ у оквиру кога су истражили територију градова Нови Пазар, Краљево, Крушевац и општину Врњачка Бања. За потребе истраживања је дизајниран упитник који се испитаницима дистрибуирао електронским путем: путем имејл адреса, друштвених мрежа и других платформу за Интернет комуникацију. У испитивању је учествовало 398 испитаника који су упитник попуњавали у периоду јун – јул 2020. године. Истраживање је дало резултате асоцијација и ставова испитаника о четири наведена места на територији Рашког и Расинског округа.

Када је у питању Нови Пазар, 19,8% испитаника је рекло да им је прва асоцијација „ћевапи“, а 6,7% испитаника да им је прва асоцијација „мантије“, дакле готово 28% испитаника као прву асоцијацију на Нови Пазар има храну. Даље, на другом месту 11,8% испитаника као прву асоцијацију на Нови Пазар има трговину фармерицама односно текстилом, а на трећем месту се налази манастир Ђурђеви Ступови са 7,3%. Поред

манастира Ђурђеви Ступови као асоцијације на Нови Пазар су навођени и Сопоћани, Стари Рас, Петрова црква, и када се саберу све асоцијације испитаника које су везане за српско средњовековно наслеђе на територији Новог Пазара долазимо до 19,6% испитаника којима је прва асоцијација на Нови Пазар културно-историјско наслеђе средњег века. На основу ових података Вукчевић, Антић (2021) закључују „Уколико се споје асоцијација на укусну храну са шопингом и интересантним средњовековним наслеђем, Нови Пазар поседује реалан културно-туристички потенцијал.“.

Прве асоцијације испитаника на Врњачку Бању су потпуно очекиване, јер је Врњачка Бања примарно туристичко место са најразвијенијим здравственим туризмом, па је идентичан број испитаника, по 12,3%, одговорила да им је прва асоцијација на Врњачку Бању „променада са парком“ и „лековита термална вода“, а 11,8% испитаника је као прву асоцијацију на Врњачку Бању навело „одмор“, док је 8% испитаника навело Мост љубави. Мада се у Програму развоја туризма Врњачке Бање за период од 2022. до 2025. као један од осам стратешких циљева наводи туристичка валоризација културно-историјског наслеђа, остаје да се види, до истеку тренутно важећег Програма развоја туризма, да ли се успело са зацртаном туристичком валоризацијом ресурса културно-историјског наслеђа Врњачке Бање и да ли ће „српска краљица бања“ у будућности бити препозната као дестинација са богатом понудом културно-историјских атракција.

Занимљиви су резултати првих асоцијација испитаника на град Краљево. Прве две асоцијације су река Ибар (22,6%) и манастир Жича (11,1%) а четврта асоцијација Трг српских ратника (6,3). На трећем месту по броју одговора је „немам асоцијацију“ са 10,8% што представља прави проблем у смислу досадашњег брендирања града Каљева од стране релевантних субјеката, али није изненађујуће с обзиром на истраживање Ђековић и Опачић (2019: 95) у коме се дошло до резултата да „иако се на територији Краљева, а у оквиру међународне културне руте Савета Европе ТРАНСРОМАНИКА, налазе два средњовековна манастира (Жича и Студеница), која посећују туристи из целог света, током разговора на фокус групама могло се чути да програми који се одржавају у манастирима не доносе корист Краљеву, односно да туристи не посећују Краљево када долазе у манастире“.

У табели 10 су дате прве асоцијације испитаника на понуђени град односно општину.

Крушевац		**Нови Пазар**	
Кнез Лазар	23,6%	**Ћевапи**	19,8%
Лазарев град	23,3%	**Фармерице**	11,8%

Црква Лазарица	11,3%	**Ђурђеви ступови**	7,3%
Багдала	2,5%	**Мантије**	6,7%
Краљево		**Врњачка Бања**	
Река Ибар	22,6%	**Променада са парком**	12,3%
Манастир Жича	11,1%	**Лековита и термална вода**	12,3%
Немам асоцијацију	10,8%	**Одмор**	11,8%
Трг српских ратника	6,3%	**Мост љубави**	8%

Табела 10: Прве асоцијације испитаника на понуђене градове и општину.

(Извор: Вукчевић, Антић (2021))

3.1.1. Нови Пазар

Град Нови Пазар је смештен у истоименој котлини која је окружена планинама Голија и Рогозна и Пештерском висоравни. Највиши врх је Јанков камен, на планини Голији, са висином од 1.883 метара. На 742 км², према попису из 20222. године на овој територији живи 106.720 становника.

Нови Пазар је познат по свом трговачком и предузетничком духу, по својим природним богатствима и културним вредностима од међународног, националног и регионалног значаја. На територији града се налазе обронци планине Голије – Парка природе и целине Стари Рас са Сопоћанима под заштитом УНЕСКО-а.

Шаћировић, Плојовић (2008) су урадили истраживање туристичке валоризације ресурса новопазарског краја. Оцењујући антропогене ресурсе (археолошка налазишта, просторне културно-историјске целине, установе културе, споменичка обележја и привредни објекти као амбијенталне вредности) као критеријуме вредновања су узели општа својства, специјална својства, атрактивност, корисност, конкурентност, општу вредност и туристички значај. Највећу општу вредност, према спроведеном истраживању имају културно-историјске целине у које спадају: манастири, џамије, хамами и утврђења. Даље аутори набрајају који су то објекти који имају велику вредност. У питању су манастири под заштитом УНЕСКО-а: Сопоћани, Ђурђеви Ступови и Петрова црква у Расу, потом Алтун Алем и Лејлек џамија, Гази Исак-бегов хамам, Амирагин хан, а од тврђава средњовековно утврђење Рас и Новопазарска тврђава у центру града. На другом месту према рангираној општој вредности су установе културе у Новом Пазару и потом, на трећем месту, спомен обележја. На четвртом и петом месту су археолошка налазишта, за која се аутори слажу да нису довољно истражена и

туристички валоризована (види: Шаћировић, 2007: 137) и привредни објекти као амбијенталне вредности.

Захваљујући богатству културно-историјског наслеђа, међу којима се издвајају српски средњовековни споменици на УНЕСКО-вој листи (средњовековни град Рас са црквом Светих Апостола Петра и Павла, као и манастири Сопоћани и Ђурђеви Ступови) који су уједно део **културне руте ТРАНСРОМАНИКА**, потом и споменика и споменичких обележја из периода владавине Османлија (Новопазарска тврђава са старом пијацом, Алтун алем и Лејлек џамија, Иса бегов хамам …), град Нови Пазар је 2017. године понео ласкаву титулу Изузетне европске дестинације (у оквиру програма The Network of Exceptional Destinations of Europe – EDEN који је креирала Европска Комисија у области туризма) (Радојевић, Радовић и Петровић, 2018).

Стари Рас са Сопоћанима је културно-историјска целина под заштитом која се простире на 199 хектара са око 10.000 хектара тампон зоне која укључује неколико веома важних споменика, утврђења и цркви. Највеће међу овим утврђењима је Стари Рас које бележи веома дугу и бурну историју. Било је насељено још у времену праисторије, али је на важности добило у времену старих Римљана а потом и као рановизантијско утврђење са цистерном подигнуто на окомитом узвишењу. Као важно стратешко утврђење је ревитализовано у 9. и 10. веку када је подигнут нов одбрамбени палисадни зид. На основу извршених археолошких ископавања којима је утврђено да је Стари Рас у 12/13. веку обновљен као утврђење зидано од камена и на основу историјских извора, дошло се до закључка да је Стари Рас био седиште државе Стефана Немање (1166 – 1196) (Дебљовић Ристић, 2018).

Недалеко од Старог Раса се налази вишеслојно налазиште **Трговиште** (Пазариште) које је било насељено од периода антике па све до 14. века, о чему сведоче археолошки налази кућа и некропола као и историјски извори који потврђују да су Дубровчани у Трговишту имали своју трговачку колонију. Са турским освајањем ових крајева и изградњом Новог Пазара који преузима примат као трговачки центар, Трговиште губи на значају и бива напуштено (Премовић Алексић, 2014: 226).

У околини Новог Пазара се налази и најстарија сачувана средњовековна црква у Србији. У питању је **црква Светих апостола Петра и Павла** или Петрова црква која се, према најновијим истраживањима датује у крај 9. и почетак 10. века. Према историјским изворима ова црква је лоцирана као место другог крштења Стефана Немање. Црква је подигнута на месту праисторијског тумулуса па представља вишеслојно налазиште (Дебљовић Ристић, 2018).

Поред Цркве Светих апостола Петра и Павла, постоји значајан број важних средњовековних цркава међу којима се издвајају Ђурђеви Ступови и Сопоћани. **Манастир Ђурђеви Ступови** је подигнут 1170/1171. године одмах након победе Стефана Немање над својом браћом и његовог уздизања на престо српске средњовековне државе. Црква је једнобродна, зидана под западноевропским романичким утицајем од стране западноевропских зидара (Дебљовић Ристић, 2018).

Манастир Сопоћани је грађен око 1260. године. Подигао га је син краља Стефана Првовенчаног (1217 – 1228), краљ Стефан Уроша I (1243 – 1276) као задужбину и гробну цркву. Дебељовић Ристић (2018: 145) наводи фреске манастира Сопоћани које се сврставају у најбоље примере европског средњовековног сликарства 13. века. По лепоти се посебно издваја фреска на којој је приказана историјска сцена смрти Ане Дандоло, мајке ктитора цркве и унуке венецијанског дужда Енрика Дандола (1192 - 1205).

Поред српских средњовековних споменика који су препознати као вредност културно-историјске баштине али и као туристички ресурси, у граду Новом Пазару се налазе **споменички реликти отоманске власти** над овим крајевима који су грађени у периоду од 15. до 19. века. Највреднији у културно-туристичком смислу су Џамије Алтун Алем и Лејлек, Новопазарска тврђава са кулом Мотриљом и старом пијацом, Амир-агин хан, хамам Иса бега, оснивача Новог Пазара из 15. века. Поред њих се издвајају и нешто млађи споменици који су заштићени као непокретна културна добра: Јеврејска кућа, зграда Митрополије, Чавића кућа (данас Управна зграда Унипрома), зграда Музеја Рас … да наведемо само неке (детаљан списак непокретног културног наслеђа Новог Пазара које се налази под заштитом се налази у Табели 8: Непокретна културна добра Рашког и Расинског управног округа на странама 80 – 84 овог рада).

Велики туристички потенцијал имају и установе културе и заштите у Новом Пазару: Музеј „Рас“, Народна библиотека „Доситеј Обрадовић“, Културни центар Нови Пазар, Историјски архив „Рас“ и Регионално позориште.

Поред наведених културно-историјских споменика као и установа културе и заштите, у Новом Пазару и околини се налазе и бројне друге цркве, манастири, некрополе и утврђења (као што је средњовековни град Јелеч) који су мало или нимало истражени и готово уопште нису туристички валоризовани, а могу да представљају туристички потенцијал.

Све ово доводи до имица Новог Пазара као града ћевапа и фармерица, са не тако позитивним ставовима потенцијалних посетилаца на хигијену главних градских

саобраћајница, јавних простора и околних места,[19] и до става 26% испитаника, у оквиру истраживања које су спровели Вукчевић, Антић (2021: 255), који су рекли да не би посетили Нови Пазар. Потенцијално ребрендирање Новог Пазара као дестинације културног туризма би могло да лежи у исказаним ставовима испитаника да би ипак одмор у Новом Пазару провели због „Богате баштине и културно-историјског наслеђа (манастири Стари Рас и Сопоћани, Ђурђеви ступови, Алтун-алем џамија и хамам)“ – 35,6 % и „Природних лепота и активног одмора (планине Голија и Рогозна)“ – 19,3% (Вукчевић, Антић 2021: 254 – 255).

3.1.2. Краљево

Град Краљево се налази у централном делу Србије, на простору доњег тока реке Ибар и на средњем делу тока реке Западне Мораве. На површини од 1.530 км², у 92 насељена места, према Попису из 2022. године живи 110.196 становника. Град се налази на надморској висини од око 205 метара, на ибарској тераси. Има умерено – континенталну климу. Са овим одликама, Краљево је кроз историју било раскрсница путева и колевка српске државе.

Међу туристичким знаменитостима које се налазе на територији града Краљева на сајту Туристичке организације града Краљева издвајају се културно-историјске грађевине које се махом налазе под заштитом као непокретна културна добра. Ту се убрајају средњовековна тврђава Маглич и манастири Студеница и Жича, најчувенији манастири Рашке школе, који се налазе на рути ТРАНСРОМАНИКА. (извор: Туристичка организација Краљева). Поред ова три заштићена непокретна културна добра, на територији коју покрива град Краљева се налазе још 33 заштићена непокретна културна добра. Међу њима, једанаест непокретних културних добара се налазе у самом граду Краљеву (Грујовић Брковић, Алексић Чеврљаковић, 2015: 33 – 51). О томе који су симболи града Краљева, односно прве асоцијације на Краљево од стране становника Краљева али и становнике остатка Републике Србије говоре два спроведена истраживања – из 2019. и 2021. године.

[19] Подсећамо на вирални снимак из Новог Пазара под називом „Идиот године“ из 2019. (линк: https://www.youtube.com/shorts/ViZiNbMTSUA , приступљено: 14. 7. 2024.) у коме се види багер како пластичне флаше наталожене речним наносом са једне стране моста, узима у кашику багера и, уместо у неки камион или контејнер, то исто смеће пребацује са друге стране моста, поново у реку.

Алексић Чеврљаковић и Алексић (2019) су спровеле истраживање са циљем да се утврди однос становника града Краљева према културно историјском наслеђу. У оквиру истраживања урађено је анкетно испитивање ученика Гимназије у Краљеву и њихових родитеља, а један од елемента испитивања је био да испитаници наведу шта за њих чини симбол града Краљева. Као симболе града Краљева испитаници су навели: Трг српских ратника (29,7 %), Манастир Жичу (22,9 %) и реку Ибар (7,1 %). Оно што би било ограничавајући фактор овог истраживања је чињеница да је спроведено на релативно малом узорку у самом граду Краљеву што нужно не мора да значи да представља ставове веће групе становника града Краљева или Републике Србије. Ипак, ставове ових испитаника је доказало друго истраживање, спроведено потпуно независно од првог истраживања.

Испитивање које су спровели Вукчевић, Антић (2021) је имало за циљ да се утврди перцепција грађана Републике Србије о културном наслеђу на територији Рашког и Расинског округа и да се на тај начин одреди његов туристички потенцијал. Испитана су три града (Нови Пазар, Рашка, Крушевац) и једна општина (Врњачка Бања). Испитаници су, као прву асоцијацију на град Краљево навели реку Ибар (22,6 %), манастир Жичу (11,1 %) и на четвртом месту је Трг српских ратника (6,3 %). На трећем месту по процентуалном броју одговора за град Краљево је „немам асоцијацију“ са 10,8 % што говори да скоро 11 % испитаника са територије Републике Србије нема никакву асоцијацију на град Краљево, односно да Краљево не постоји у њиховом менталном мапирању Републике Србије. Ово оставља простор да се боље ради на туристичкој валоризацији осталих симбола града Краљева који се преклапају у оба истраживања, али и да се туристички валоризују неки други потенцијални културно-историјски ресурси Краљева. Све ово додатно отежава чињеница да град Краљево нема важећу Стратегију развоја туризма, а да је последња усвојена Стратегија престала да важи 2020. године (Стратегија развоја града Краљева).

Алексић Чеврљаковић и Алексић (2019)		Вукчевић, Антић (2021)	
Трг српских ратника	29,7 %	Река Ибар	22,6 %
Манастир Жича	22,9	Манастир Жича	11,1 %
Река Ибар	7,1 %	немам асоцијацију	10,8 %
Спомен парк „14. октобар“	10,1 %	Трг српских ратника	6,3 %

Табела 11: симболи/прва асоцијација на град Краљево. Извор: Вукчевић, Антић (2021)

У последњој важећој Стратегији развоја туризма града Краљева 2015 – 2020. као једна од приоритетних области је наведен „културно-историјски туризам“ који би подразумевао инфраструктурно опремање тврђаве Маглич (изградња моста и панорамског лифта и/или успињаче) као и редовно чишћење овог локалитета. Изградња моста преко Ибра којим би се долазило до тврђаве и даље представља неиспуњен део плана због јаких поплава 2019. године које су јако оштетиле нестабилни пешачки мост. Овај мост је у међувремену демонтиран те се сада до тврђаве стиже уз помоћ скеле којом, бесплатно, заинтересоване туристе превозе чланови Удружења Магличград (https://www.maglicgrad.rs/).

Тврђава Маглич је једна од најочуванијих и најрепрезентативнијих средњовековних тврђава на простору Југоисточне Европе са изузетним историјским и културним значајем за Републику Србију и изузетним потенцијалом за укључивање у туристичку понуду Србије (Станојловић, 2009). Првобитни градитељи Маглича су највероватније били Византинци који су подигли утврђење у 12. веку као упориште у борби против српских владара. На месту утврђења из 12. века архиепископ српски, Данило II (1270 – 1337), подигао је у 14. веку садашње утврђење. Утврђење се састоји од рова, масивног зида са седам масивних кула четвороугаоног облика и осме, главне куле која има шестоугаону основу. У самом граду се налазе остаци неколико грађевина међу којима се истичу епископска палата и црква Светог Ђорђа (Грујовић Брковић, Алексић Чеврљаковић, 2015: 34).

Готово у исто време када је подигнута прва фортификација на узвишењу Маглич, крајем 12. века, Велики жупан Стефан Немања је подигао своју задужбину, манастир Студеницу коју називају и „мајком свих цркава“. **Манастир Студеница** је први српски храм који је сагрђен у стилу Рашке архитектуре, стилу који ће дуго бити узор у градњи за наследнике Стефана Немање. Овај манастир је уписан на УНЕСКО Листу свестке културне баштине „због својих уметничких, стилских, духовних и архитектонских вредности 1986. године“ (Грујовић Брковић, Алексић Чеврљаковић, 2015: 33).

Стефана Немању је 1196. наследио други по реду син, Стефан Првовенчани (1196 – 1227) који је недалеко од Краљева подигао своју задужбину, манастир Жичу.[20] **Манастир Жича** припада Рашкој стилској групи споменика. Малтерисана је интензивном црвеном бојом по угледу на Светогорске манастире. У овој цркви је 1217. и 1221. крунисан ктитор Жиче, Стефан Немањић, први пут краљевском круном послатом

[20] Нешто више о оснивању Жиче и поседима које је новоосновани манастир добио: Ферјанчић, 1972: 7.

из Рима, а други пут, по православном обреду када га је крунисао први архиепископ српски, Сава Немањић, његов млађи брат. Након тога, Жича постаје седиште српске архиепископије и крунидбено место српских краљева. (Чанак-Медић, 2014: 28).

Манастири Жича и Сопоћани су, због особености стила градње, Рашког архитектонског стила, увршћени на културну руту ТРАНСРОМАНИКА што им даје додатну туристичку вредност. Поред ова два манастира, територија Краљева обилује другим непокретним културним добрима који могу бити атрактивни за туристе.

Према истраживању Вукчевић, Антић (2021) на питање „*у Краљеву са околином бих провео/ла одмор због* …“ чак 35,3 % испитаника је одговорило „ … *богате баштине и културно-историјског наслеђа (манастири Студеница и Жича, тврђава Маглич)*“, а 28,5 % је одговорило да би провело одмор у Краљеву због „*природних лепота и активног одмора (Гоч, Рудно, Лопатница)*“. Забележено је међутим да је чак 17,9 % испитаника навело „*не бих провео/ла одмор у Краљеву*“ што креаторима туристичке политике, понуде и производа града Краљева оставља задатак да боље искористе све потенцијале која ова дестинација поседује, а у првом реду богато културно-историјско наслеђе. У том смислу, највише се морају ослонити на установе културе као носиоце креирања културног производа и његовог потенцијалног стављања у функцију развоја културног туризма.

Установе културе града Краљева, које су важан потенцијални туристички ресурс, су: Народни музеј Краљево, Културни центар Рибница, Народна библиотека „Стефан Првовенчани“, Историјски архив, Краљевачко позориште, УЛУК и Галерија Маржик, Православни духовни центар „Владика Николај Велимировић“, Завод за заштиту споменика културе и Биоскоп „КВАРТ“.

Међу наведеним установама, програмском понудом издваја се **Народни музеј Краљево** који је основан 1950. године као музеј комплексног типа. Смештен је у центру града у згради богате историје, саграђеној 1873. за потребе Пољопривредне школе. Народни музеј Краљево покрива 1.270 м² простора на четири нивоа, са сталном поставком и шест збирки: историјска, археолошка, нумизматичка, етнолошка, природњачка и уметничка (Драшковић, Михајловић, Новчић, 2014). Народни музеј Краљево учествује у организацији бројних културних дешавања (Жичке духовне свечаности, Европска ноћ музеја, изложбе, концерти, тематска предавања).

Жичке духовне свечаности су културна манифестација која се одржава сваког августа месеца. Посвећена је песништву и песницима са наградом под називом „Жичка хрисовуља“ која се додељује за „понирање у дубине нашег песничког наслеђа и допринос савременој српској поезији“. Поред Жичких духовних свечаности, у августу месецу, у

манастиру Студеница се, од 1976. године, организује и **Ликовна колонија Студеница**. Савког маја се у Краљеву организује и манифестација **Дани јоргована** у знак сећања на српску краљицу Јелену Анжујску којој је, у знак добродошлице у Србију, њен будући муж, Стефан Урош I Немањић (1242 – 1277) долином Ибра куда је будућа млада краљица дошла са пратњом на српски двор, посадио јорговане.

Приметно је да се све три набројане културне манифестације ослањају српско средњовековно наслеђе Рашке области.

3.1.3. Врњачка Бања

Врњачка Бања је смештена у средишњем делу Србије, недалеко од Западне Мораве, на 20 километара од Краљева. Врњачку бању називају „Краљицом српских бања“. Представља српску најпознатију и највећу бању која данас није само дестинација здравственог туризма већ је постала одредиште за одмор, рекреацију и забаву. У околини Врњачке Бање се налазе високе планине Копаоник (2.017 м), Жељин (1.785 м), затим Столови (1.376 м) и Гоч (1.216 м). Посебан печат микроклини Врњачке Бање даје управо близина ових планина и чини је веома пријатном. Утицај ових оближњих планина даје микро клими Врњачке Бање посебан карактер и чини је веома пријатном.

Историја Врњачке Бање, као лечилишта, има веома дугу традицију. Први познати корисници топлих и лековитих бањских извора били су Римљани који су у периоду између 2. и 4. века на њеном простору саградили „aquae orcinae“ о чему постоје материјални налази у самом центру данашње Врњачке Бање. У питању су: Fons Romanus (римски извор топле минералне воде), римски базен за купање, много кованог новца. Након Римљана, услед бурне политичке историје овог дела Балкана, бањски извори су били потпуно неискоришћени читавих 15. векова (Подовац и др., 2017: 267).

Развој модерне Бање, ипак, почиње почетком 19. века када је кнез Милош унајмио стручњаке да испитају минералне изворе у Србији. Године 1868. је Павле Мутавџић, крушевачки окружни начелник, са неколицином добротвора и виђенијих људи из Крушевца, Карановца (Краљева) и Трстеника, међу којима се истиче др Станојло Вукчевић, формирао „Основательно фундаторско друштво кисело-врућe воде у Врњцима“. Исте године извршена је регулација водотока два извора топле минералне воде и почела је градња купатила и смештајних објеката. Развој Врњачке Бање доживљава свој успон на самом крају 19. века када се зида вила генерала Јована

Белимарковића и бројне виле и пансиони у приватном власништву богатијих грађана Краљевине Србије. Тада је уређено и главно шеталиште и сачињен први регулациони план (извор: званична страница Општина Врњачка Бања).

У 20., а посебно 21. веку, Врњачка Бања бележи интензивнији прилив туриста што је условило потребу креирања туристичке понуде за особе чији примарни циљ посете Врњачкој Бањи није рехабилитација или лечење. Као важан део туристичке понуде Врњачке Бање који би помогао у продужетку туристичке сезоне и у смањењу сезонских осцилација у броју гостију препознат је културни туризам (Подовац и др., 2017: 267).

У тексту је већ било речи о археолошки остацима римске културе која је атрактивна за туристе. Поред римских археолошких налазишта, на територији Врњачке Бање су забележена и праисторијска налазишта, међу којима се истиче археолошко **налазиште Лађариште** из винчанског периода регистровано као непокретно културно добро. Поред Лађаришта, на територији Врњачке Бање је, као непокретно културно добро, регистровано још седам споменика културе (Дворац Белимарковића, Породична капела Белимарковића, Виле Ми Ла, Авала, Палас, Поштански дом и црква Светог Саве у Грачацу) и једна просторно-историјска целина (Чајкино брдо) (Грујовић Брковић, Алексић Чеврљаковић, 2015: 80 – 84). Сви ови споменици представљају неискоришћене културно-туристичке ресурсе и нису довољно заступљени у туристичкој понуди Врњачке Бање (Подовац, 2017: 267).

Поред споменика и споменичких обележја, као важне ресурсе културног туризма у Врњачкој Бањи, Подовац (2017: 274) наводи културне манифестације: Врњачко културно лето, Фестивал филмског сценарија, Међународни фестивал класичне музике, Књижевно лето, Дани Данила Бате Стојковића, Позоришни дани српског театра, и тако даље, али и установу културе у Врњачкој Бањи – Центар за културу.

Центар за културу Врњачка Бања је поливалентна установа културе која се састоји од неколико целина: сала за биоскопске пројекције и позоришне представе која је смештена на самој бањској променади, амфитеатар на отвореном са 1.500 седишта и Замак културе који је смештен у дворцу Белимарковића са галеријским и музејским простором.

Атрактивности Замка културе доприноси сам изглед и историја грађевине која је смештена у пространом и уређеном дворишту. **Замак културе** је сграђен осамдесетих година 19. века, за генерала Јована Белимарковића (1827 – 1906), једног од тројице намесника будућег краља Александра Обреновића и министра у влади Милана Обреновића. Сграђен је у стилу романтичког историзма са примесама ренесансне

архитектуре која се посебно оличава у стубовима и капителима улазног трема до кога воде два симетрична степеништа. За израду стубова, ограда и подова у Замку коришћен је мермер са планине Гоч (Грујовић Брковић, Алексић Чеврљаковић, 2015: 80).

У туристичком животу Врњачке Бање последњих година активног учешћа узима и **Народна библиотека „Др Душан Радић“** која се налази на главном шеталишту, на атрактивној локацији, на 408 м² смештена су четири одељења: Научно, Позајмно, Дечије и Завичајно. Две читаонице и фонд од преко 50.000 публикација Народна библиотеке „Др Душан Радић“ су доступни и мештанима и посетиоцима који дођу на одмор у Врњачку Бању. Поред стандардних библиотечких делатности које се тичу позајмице књига корисницима, библиотека организује и разноврсне књижевне, уметничке, музичке и друге врсте програма (Петковић, 2021).

Међутим, истраживање које су спровели Вукчевић, Антић (2021) показује да грађани Републике Србије као прве асоцијације на Врњачку Бању, природно, виде елементе који не укључују културно-туристички производ Врњачке Бање. Прве асоцијације испитаника су: Променада са парком, лековита и термална вода, одмор и Мост љубави (види: Табела 10). Такође, у одговорима испитаника на питање „*У Врњачкој Бањи са околином бих провео одмор због* ... “ 30 % испитанике је одговорило „*Природних лепота и активног одмора*“, 26,4 % „*Здравственог туризма*“ и 18,3 % „*Богате баштине и културно-историјског наслеђа (римски термални извори)*“. Ово значи да се културни туризам у Врњачкој Бањи мора интегрално развијати у оквиру примарне понуде – здравствени, велнес и рекреативни туризам.

За разлику од старе Стратегије одрживог развоје општине Врњачка Бања 2013 – 2023. у којој се не препознаје културно наслеђе Врњачке Бање као туристички ресурс већ се у потенцијалима наводи „близина значајних културно-историјских споменика“ и у којој културни туризам није нашао своје место поред здравственог, рекреативног, излетничког, сеоског, руралног, па и ловног и риболовног, у важећем програму развоја Врњачке Бање културни туризам је, напокон, пронашао своје место.

Важећи Програм развоја општине Врњачка Бања за период 2022 – 2025. године као главне културно-туристичке атракције мапира: Замак Белимарковић, Врабац Гочко, Римски бунар Фонс Романус. Такође, програм мапира четири развијена туристичка производа (здравствени туризам, туризам специјалних интереса, конгресни туризам, манифестациони туризам) и наглашава да културно наслеђе Врњачке Бање има велики потенцијал да се претвори у туристички производ, али да бројне културне атракције захтевају осавремењавање и савременију интерпретацију.

3.1.4. Рашка

Општина Рашка се налази између западних падина Копаоника и источних падина Голије, са површином од 666 км² и 61 насељем. Према последњем попису становништва 2022. године Рашка је имала 21.483 становника.

На званичној страници општине Рашка се наводи да је ова општина колевка српске средњовековне државе коју је основао Стефан Немања (1166 – 1196), велики жупан. На територији Рашке, на двору Стефана Немање, основана је школа у којој су се образовали његови потомци, чувени српски просветитељ Свети Сава и његов брат Стефан Првовенчани, први српски краљ (извор: званична веб страница Општина Рашка).

Нема поузданих података о животу у праисторији на територији општине Рашка. Због племена Дарданаца које је почетком 4. века пре нове ере населило област реке Ибар на територији данашње Рашке, читава ова област, у античком периоду, називана је Дарданија. У средњем веку, византијски историчари област око реке Ибра и шире околине називају Рашка, по граду немањићке државе граду званом Rassa, Rascija или Rahija. Тако је настао географски појам Рашка који се задржао до данас (Кићовић, 2016: 109).

Од 12. века биографи Стефана Немање саопштавају да се ово подручје назива Ибар и наводе да је Стефан Немања наследио „део свог отечества Ибар“, Расину, Топлицу и Реке.

За време владавине династије Немањића подручје Рашке се налазило у самом центру њихове државе. Из тог периода сачувано је неколико значајних манастира: Кончул, Стара и Нова Павлица и Градац као и утврђење Брвеник које су Турци заузели 1455. године. Ова година се сматра годином када су Турци потпуно овладали данашњом територијом општине Рашка. Према доступним историјским подацима, данашња општина Рашка је, након ослобођења од Турака 1833. године, основана 1845. године указом кнеза Александра Карађорђевића. За време Првог светског рата, у периоду од 31. октобра до 15. новембра 1915. године, Рашка је била ратна престоница Србије у којој одседали краљ и тадашња српска влада. Из околине Рашке потиче и једна од најинтересантнијих личности војне српске историје, Милунка Савић (Кићовић, 2016).

За данашњи туризам Рашке од значаја су споменици културе (манастири, цркве, утврђења) којима је основ дала династија Немањића (Драговић, 2004). Данас се на територији Рашке налази дванаест споменика културе и једно археолошко налазиште.

Међу споменицима културе се истиче **манастир Градац** из 13. века. Овај манастир, смештен у подножју планине Голије, је на темељима византијске базилике у 13. веку саградила краљица Јелена Анжујска. Црква посвећена Благовестима је сграђена у Рашком стилу и на спољној фасади има елементе романике и готике. У манастиру Градац је основана прва женска школа у Европи (Грујовић Брковић, Алексић Чеврљаковић, 2015: 70). Данас се у манастиру Градац, који се уједно налази и на културној рути ТРАНСРОМАНИКА, организује део програма културно-духовних манифестација **„Дани Јоргована“** (у сарадњи са Туристичком организацијом града Краљева) и **„Дани краљице Јелене“** (у сарадњи са Културним центром „Градац“ из Рашке).

Манастир Стара Павлица је једна од најстаријих цркви у Ибарској клисури изграђена као тробродна базилика. Према архитектонским карактеристикама сврстава се у преднемањићки период. Фрескописана је два пута и, мада је била без кровног покривача (Турци су оловни кров скинули да би од њега направили муницији) преко 400 година, фреске су сачувале свој сјај. Манастир је доста оштећен 1930. године приликом изградње пруге када је уништен северни брод цркве (Кићовић 2016: 131).

У 14. веку браћа Мусић, Стефан и Лазар, су са својом мајком Драганом Хребељановић су подигли **манастир Нова Павлица** посвећен Ваведењу Пресвете Богородице. Манастир је фрескописан одмах након изградње. Сграђен је у Моравском архитектонском стилу. Браћа Мусићи су погинули 1389. године, у Бој на Косову и сахрањени су у својој задужбини, у западном делу цркве испод ктиторске фреске. Нова Павлица је проглашена за непокретно културно добро од великог значаја.

За породицу Мусић је везано и **средњовековно утврђење Брвеник** које се налази на ушћу реке Брвенице у Ибар. Утврђење је сграђено у 14. веку од ломљеног гранита. Њиме је столовао челник Муса, супруг Драгане Хребељановић, отац браће Мусића Стефана и Лазара који су подигли нову Павлицу и зет кнеза Лазара (Кићовић 2016: 115).

Поред наведених непокретних културних добара, на територији Рашке се налази и манастир Кончул, Курсулића кућа, као и бројни објекти у Јошаничкој бањи, међу којима се издвајају Старо и Ново купатило, родна кућа патријарха Германа и родна кућа Милунке Савић у Копривници која је потпуно реновирана 2014. године (Марић 2016: 217).

Центар за културу, образовање и информисање „Градац“ из Рашке (основан 1962. као Раднички универзитет, од 1993. године под овим називом) је поливалентна установа културе која у свом саставу има библиотеку, музеј, биоскоп и галерију. У оквиру својих програма Центар за културу организује културне манифестације које имају велики туристички потенцијал: „Дани краљице Јелене“, „Дани Милунке Савић“, „Рашке духовне свечаности“ (у сарадњи са локалном Туристичком организацијом) и узима учешће у манифестацији „Музеји за 10“.

3.1.5. Тутин

У Плану развоја општине Тутин 2022 – 2028. се наводи да се, према географском положају, општина Тутин је смештена на крајњем југозападу Србије, на граници са Црном Гором. Заузима брдско-планинско подручје које припада старовлашкој-рашкој висији са просечном надморском висином од преко 1.000 метара. Највиша тачка ове области је видиковац Поглед на Мокрој Гори на 2.154 метра надморске висине. Главни проблем општине Тутин је слаба саобраћајна повезаност са околним општинама, али постоји инфраструктурни потенцијал у јадранској магистрали која је од Тутина удаљена 9 километара а у близини је и Ибарска магистрала. Подручје општине Тутин има планинску климу, а то има великог утицаја на живот људи и њихово привређивање. Што се хидрографије тиче, кроз општину Тутин протиче река Ибар са бројним притокама, а део општине Тутин захвата и језеро Газиводе (План развоја општине Тутин 2022 – 2028).

Општина се састоји од 93 насељена места, а према последњем званичном Попису становништа, у општини Тутин живи 33.053 становника.

Кроз историју, територија општине Тутин је била континуирано насељена још од почетка бронзаног доба, преко римског периода и периода средњег века. Оно што је утицало на модерну историју општине Тутин је чињеница да су насеља, која се данас налазе у саставу општине, кроз историју, још од турског периода, била подељена и припадала су различитим административним центрима (Шаћировић, 2007: 99).

На територији општине Тутин је до 2014. године евидентирано 415 археолошких локалитета (Премовић Алексић, 2014: 5) који бележе трагове насељавања простора општине Тутин још од периода праисторије. Најстарији трагови живота су пронађени у **Смолућској пећини**, а пре доласка Римљана на Балкан (у 1. веку нове ере) на територији Тутина су живеле „прастаре, међусобно сродне домородачке заједнице“ међу којима су најпознатија племена Дарданаца и Аутаријата. Након римског освајања ових крајева, у

9. години нове ере, територија општине Тутин се нашла у оквиру римске провинције Далмације. Након Диколецијанових реформи и поделе Римског царства 398. године, територија општине Тутин је припала Источном римском царству, то јест Византији. Археолошка рекогносцирања општине Тутин су забележила постојање бројних утврђења из касноантичког као и византијског периода. Ту се убрајају: Злоступ у Островици, Градови у Шарошама, Градина у Рамошеву, Градина на Хуму, Ђурђевица у Ђерекарима, Литице у Добрињи и Тупи крш у Избегу (Премовић Алексић, 2014: 13). Нажалост сва ова утврђења су истраживана само сондажно, нису вршена систематска археолошка истраживања, па о њима има врло мало података.

Најатрактивнији споменик културно-историјског наслеђа општине Тутин је **манастир Црна Река**. Премовић Алексић (2014: 391) наводи да је манастир смештен у долини понорнице Црне Реке на четири километара јужно од Рибарића и да је посвећен Светим Арханђелима. Мада није са сигурношћу познато када је подигнут овај манастир, има истраживача који његово оснивање датују у 13. век, а обнову у 16. век. Оно што је занимљиво и може се додатно туристички валоризовати је чињеница да овај манастир припада пећинском типу храмова. Подигнут је у шупљини стене изнад реке и састоји се од четири спрата. На једном спрату је црква сграђена као једнобродна грађевина са полукружном апсидом. Важна културно-историјска карактеристика манастира Црна Река су и фреске настале крајем 16. века за које се претпоставља да их је радио мајстор Лонгин, један од најдаровитијих српских сликара из 16. века. Још једна занимљивост је та што сав црквени намештај потиче из 16. и 17. века, а део иконостаса Деизис је насликао познати зограф Радул. Мошти Светог Петра Коришког, јединог средњовековног пустињака чије је име познато, су у манастир пренете у првим деценијама 18. века. Манастирска духовна школа која је основана још у средњем веку, и највероватније била повезана са школом у оближњим Брњацима коју је основала Јелена Анжујска још у 13. веку, је радила и за време османске власти над овим крајевима. Поуздано се зна да је почетком 18. века у манастиру постојала скрипторија у којој су преписиване црквене књиге. Почетком 20. века у Црној Реци је отворена прва српска основна школа која је била смештена у згради из 19. века која се данас користи као манастирски конак.

Поред манастира Црна Река у селу Горње Паљево се налази још једна пећинска црква на око 1000 метара надморске висине.[21] У питању је **Пећинска црква звана**

[21] Две пећинске цркве (Пећинска црква у Паљеву и манастир Црна Река), археолошко налазиште Смолућска пећина на територији општине Тутин представљају сасвим солидан почетак креирања туристичког производа општине Тутин који би могао да увеже занимљиву понуду културног туризма

Ћелије посвећена Светом Николи. Црква се састоји из три просторије: претпростора, припрате и наоса који су међусобно повезани. Сматра се да је сграђена крајем 16. или почетком 17. века, скромне је архитектуре, без живописа, али се одликује „изузетном клесарском обрадом унутрашњег простора“ (Премовић Алексић 2014: 405). У цркви се налази чесма, са десне стране од улаза, и постоји предање о исцелитељској моћи ове воде. У последњој деценији 20. века црква је прилично девастирана (Премовић Алексић 2014: 405 – 406).

У Плану развоја општине Тутин 2022 – 2028. се истиче да Тутин обилује културно-историјским споменицима који се налазе под заштитом државе као културно историјски споменици од великог значаја, и то: Манастир Црна Река, црква Светог Петра и Павла и старо гробље око ње, Мојстир - кућа Стане и Радоша Чукића,[22] Хамзагића кућа, [23] Пећинска црква у Паљеву, Смолућска пећина, археолошко налазиште Пископоповце и остаци манастира из 13. века на локалитету Црквине.

Главна препрека за развој туризма у Тутину, поред лоше саобраћајне развијености, је непостојање категорисаног смештаја за боравак туриста на територији општине Тутин. Такође, туристичка понуда није довољно развијена, а већина туристичких ресурса није активирана, не постоје едуковани кадрови из области туризма а није развијена ни туристичка сигнализација. Осим тога, развојем туризма на територији општине Тутине се бави поливалентна установа Мултимедијални центар - Центар за културу, туризам, омладину и спорт (осн. 2007) који би требало да задовољи разнородне потребе становника општине Тутин, а између осталог и да се бави развојем туризма (План развоја општине Тутин 2022 – 2028).

Година	Домаћи туристи	Страни туристи	Просечан број ноћења	Укупан број ноћења
2019.	278	1	1,9	525

обиласка пећина са културно-историјском вредношћу са авантура туризмом, спелеотуризмом и гастрохеротологијом (сир, кајмак, хељда, јагњетина …), хајкингом, трекингом, планинарским турама, да наведемо само нешто од потпуно неискоришћених туристичких потенцијала.

[22] Кућа хероја Чукића у селу Мојстир, општина Тутин, је данас у девастираном стању, и сасвим је чудно да руководство општине Тутин ово категорисано културно добро које је препуштено пропадању ставља у списак културних добара који представљају потенцијални туристички ресурс. О стању куће: https://nasledje.gov.rs/index.cfm/spomenici/pregled_spomenika?spomenik_id=45596 (приступљено 14. 7. 2024)

[23] Хамзагића кућа је била занимљив пример народног градитељства. Спратни објекат са каменим приземљем у коме се налазила магаза и спратом од дрвених талпи везаних на ћерт. Приземље куће је служило као штала јер се породица Хамзагић бавила сточарством, а спратни део куће је служио за становање. Објекат је демонтиран 1993. од стране власника и уклоњен из дворишта. (Грујовић Брковић, Алексић Чеврљаковић, 2015: 78). Како објекат Хамзагића куће не постоји већ више од три деценије није сасвим јасно зашто је руководство општине Тутин Хамзагића кућу ставила у План развоја општине Тутин 2022 – 2028.

2020.	218	1	5,1	1105
2021.	345	0	2,2	743
2022.	99	45	4,5	609
2023.	505	273	3,5	2.760

Табела 12: Преглед туристичких посета општини Тутин 2019 – 2022. (Извор: Републички завод за статистику, Тутин, Профили, април 2024)

О (не)развијености туризма у Тутину говори статистика у табели 12 „Преглед туристичких посета општини Тутин 2019 – 2022.“ о броју доласка туриста у Тутин, са напоменом да је у 2023. години забележен значајан раст туристичких посета, посебно када су у питању страни туристи.

Поред **Центра за културу, туризам, омладину и спорт**, у општини Тутин постоји и **Народна библиотека „Др Ејуп Мушовић“** која нема читаоницу за рад са заинтересованом публиком, али поседује простор за одржавање програма, представљање књига и слично.

Да сумирамо: две пећинске цркве (Пећинска црква у Паљеву и манастир Црна Река), археолошко налазиште Смолућска пећина на територији општине Тутин представљају солидан почетни потенцијал у креирању туристичког производа општине Тутин који би могао да увеже занимљиву понуду културног туризма обиласка пећина (спелеотуризмом) са културно-историјском вредношћу (Антић, Вујко и Томић, 2020) са авантура туризмом, гастрохеротологијом (сир, кајмак, хељда, јагњетина …), хајкингом, трекингом, планинарским турама, да наведемо само нешто од потпуно неискоришћених туристичких потенцијала.

3.2. Расински управни округ

Расински управни округ се налази у региону Шумадија и Западно Поморавље. Површина округа је 2.668 км². Према попису из 2022. године Расински округ има укупно 207.197 становника у 296 насеља. Седиште округа је у граду Крушевцу. Поред града Крушевца на територији округа се налази пет општина: Трстеник, Александровац, Брус, Варварин и Ћићевац. Расински округ се налази у долини реке Западне Мораве окружен планинама Јастребац, Гледић, Жељин, Гоч и Копаоник. Надморска висина на којој се налази се креће од 250 метара до највише тачке на Копаонику, Панчићевог врха, 2.017

метара надморске висине. Расински округ има бројне минералне изворе и Рибарску Бању. Клима је умерено-континентална (Програм развоја туризма града Крушевца 2019 – 2024).

Програм развоја туризма града Крушевца 2019 – 2024 као највеће туристичке потенцијале Расинског округа препознаје: културно-историјску баштину, знаменитости, манифестације, гастрономију бањске центре и лечилишта, реке и језера са ловним и риболовним подручјима. Расински управни округ, на жалост, није препознат од стране Републике Србије као једна од осамнаест туристичких дестинација. (Стратегија развоја туризма Републике Србије за период 2016 – 2025, 52 – 56).

Расински округ карактерише богато културно-историјско наслеђе од праисторије до модерних времена јер је овај крај био континуирано насељен кроз све историјске периоде. Један део тог наслеђа је проглашен као непокретно културно добро и налази се под заштитом Републике Србије. У Информационом систему непокретних културних добара се на територији Расинског округа налазе 42 непокретна културна добра. Највише непокретних културних добара имају град Крушевац (10) и општина Трстеник (9) (Информациони систем непокретних културних добара). О непокретним културним добрима на територији Расинског округа више речи ће бити у потпоглављима која обрађују јединице локалне самоуправе на овој територији и њихове културно-туристичке потенцијале.

Поред културно-историјског наслеђа, материјалног (покретног и непокретног) и нематеријалног, туристички потенцијал на територији Расинског округа имају и установе културе које, у оквиру међуинституционалне сарадње, и сарадње са локалним туристичким организацијама, удружењима грађана и слично, организују културне програме који могу да привуку културне туристе. Истраживање које је спровео Завод за проучавање културног развитка (ЗАПРОКУЛ) 2015. године је показало да се установе културе на територији Расинског округа суочавају са бројним проблемима међу којима се издвајају проблеми са финансирањем културних програма, [24] проблеми са инфраструктурним одржавањем објеката у којима су те установе смештене – најстарији

[24] Ауторка овог истраживања 15 година активно учествује у креирању културне понуде општине Трстеник и последично Рашког и Расинског округа кроз гостовања ауторских програма те је уочила неке доследности у фискалном понашању менаџмента културних установа на овој територији. Од установа културе се очекује да организују бесплатне програме који изискују минималне трошкове јер се на културу још увек гледа као на сектор који не зарађује, ergo ако не зарађује нема потребе ни да троши новац. У том смислу, мање установе културе имају посебно проблема да, као део свог културног програма, понуде публици изложбе, концерте и сличне програме који захтевају рефундацију путних трошкова, смештаја, осигурања предмета, трошкова хонорара за ауторе програма итд.

објекат у коме се налази нека установа културе на територији Расинског округа је из 1936. година (зграда Културно-просветне заједнице у Крушевцу), а „најмлађи“ објекат је из 1988. године (у њему је смештена општинска Библиотека у Варварину) (ЗАПРОКУЛ, 2015).

Истраживање ЗАПРОКУЛ-а (2015) је показало да представници локалних самоуправа Расинског округа као додатне проблеме у култури наводе и „недовољну сарадњу установа културе на локалном нивоу, недовољно развијен културни туризам, недостатак стручног кадра и међународну сарадњу“.

У активностима креирања културно-туристичке понуде Расинског округа учешће узима и Агенција за регионални развој расинског округа (АРРРО). ЗАПРОКУЛ је 2019. године спровео истраживање „Регионалне развојне агенције и културни развој у Србији“ у којој је мапирано 17 регионалних развојних агенција и њихова улога у развоју културе и туризма. Истраживање је показало да су представници ових агенција најчешће сарађивали са музејима и заводима за заштиту споменика, да та искуства нису увек била позитивна, али да су посебно позитивно оценили сарадњу са локалним туристичким организацијама (ЗАПРОКУЛ, 2019).

АРРРО, заједно са градом Крушевцом и Републичким заводом за заштиту споменика културе, у 2024. години учествује у Пројекту обнове археолошког парка Лазарев град у Крушевцу. Министарство културе ће Пројекат обнове археолошког парка Лазарев град, на иницијативу Културно-просветне заједнице Крушевац и Националног савета за културу, предложити Влади Републике Србије за пројекат од националног значаја. Средствима Европске уније и града Крушевца биће израђена пројектно-техничка документација која ће у фокусу имати Донжон кулу као један од симбола града Крушевца. Вест о овој иницијативи је саопштио на Видовдан, 28. 6. 2024. у Крушевцу министар културе, Никола Селаковић, и истакао да ће овај пројекат „представљати један од приоритета када су у питању средњовековни локалитети на територији наше земље“ (Селаковић: Обнова „Лазаревог града“ биће пројекат од националног значаја).

Милићевић, Момировић, Вујичић (2022) су проучавали туристичке потенцијале у функцији економског развоја Расинског округа. У њиховом раду је истакнуто богатство туристичких потенцијала Расинског округа међу којима аутори издвајају туристичке производе који се заснивају на планинском и бањском туризму, културном и руралном, као и ловном туризму. Такође, Милићевић, Момировић, Вујичић су на основу SWOT анализе потенцијала Расинског округа издвојили приоритете прве и друге категорије туристичког развоја Расинског округа на основу расположивих туристичких ресурса. У

примарну категорију су мапирали (1) планински туризам (оближњи Копаоник са Националним парком), (2) бањски туризам (Рибарска бања) и (3) ловни туризам (на планинама Јастребац, Гоч и Жељин). У секундарну категорију приоритета аутори су мапирали (1) градске туре где су издвојили град Крушевац (због богатог археолошког и културно-историјског наслеђа, као и близине планине Копаоник) и Александровац, (2) рурални туризам (али нису издвојили ни један конкретан пример туристичког производа руралног туризма, мада на територији Расинског округа постоји неколико етно-села, прим. аут.) и (3) културни туризам уз манифестациони туризам.

У периоду од 2015. до 2023. број туриста који је посетио Расински округ је варирао али никада са значајнијим осцилацијама, осим у периоду пандемије Корона вирусом (види: Табела 13: Годишњи подаци о доласцима туриста на територији Расинског округа 2015 – 2023. Извор: РЗЗС).

Период	Укупно	Домаћи	Страни
2015	43713	34364	9349
2016	46835	37611	9224
2017	50022	38334	11688
2018	57444	42936	14508
2019	58262	44582	13680
2020	37771	31851	5920
2021	41120	33914	7206
2022	61487	49898	11589
2023	56592	45277	11315

Табела 13: Годишњи подаци о доласцима туриста на територији Расинског округа 2015 – 2023. (Извор: Републички завод за статистику)

3.2.1. Крушевац

Град Крушевац је смештен на претежно брдовитом подручју уз мање низијске површине у долинама река Западне Мораве, Расине, Пепељуше и Рибарске реке. Налази се на просечној надморској висини од 300 метара окружен планинама Јастребац, огранком Копаоника и Жељина и делом падина Мојсињских планина. На територији коју

покрива град Крушевац се налазе бројна и богата изворишта минералних и геотермалних вода међу којима је најпознатија Рибарска Бања. Клима је умерено-континентална.

Територија града Крушевца се простире на 854 км² и у 101 насељу има преко 113.000 становника, према попису из 2022. године (подаци наведени према порталима: Град Крушевац и Туристичка организација Крушевца).

Због повољног географског положаја, благе климе и плодног земљишта крушевачка област бележи прва насеља још у периоду праисторије (Ферјанчић, 1972: 4 – 6), али свој прави значај Крушевац добија тек у средњем веку. Крушевац је основао кнез Лазар као своју престоницу. Први пут се помиње 1377. године у Раваничкој повељи којом кнез Лазар оснива и дарује поседе својој задужбини манастиру Раваници (Спремић, 1972: 9 – 10). Град је убрзо постао привредно и културно средиште средњовековне Србије где се окупљала инетелектуална елита тога времена, где је цветала трговина и развијали се бројни занати (Стошић, 1996: 25).

После Косовског боја, 1389. године, Крушевац постаје престоница вазалне Србије која је у историји позната под именом „Моравска Србија“. Овом државом, у првим годинама након ове одсудне битке и погибије кнеза Лазара на Косову пољу, управља кнегиња Милица све до пунолетства њеног сина, деспота Стефана. Деспот Стефан Лазаревић престоницу сели у Београд, а потом и у Смедерево. Турци нападају Крушевац више пута, а коначно освајају 1454. године. Након турског освајања добио је име: Алаџа Хисар (Шарени град) (Стошић, 1996: 31 – 41 и 166 – 171). Крушевац је од турске власти ослобођен 1833. године. У наредним деценијама, град се развија и напредује, и постаје један од већих регионалних центара тадашње Кнежевине (од 1882. Краљевине) Србије.

Почетком 20. века, у Првом и Другом балканском рату и у Првом светском рату Крушевац је, као и остатак државе, примио велики број избеглица међу којима су били и бројни представници министарства и српске владе која се повукла из Београда. У завршним операцијама за ослобођење Србије, 1918. године, крушевачки 12. пешадијски пук „Цар Лазар” се посебно истакао. Током Другог светског рата, припадници немачких окупационих власти су, на брду Багдала изнад града, стрељали близу 1.000 људи, из Крушевца и околине. Након рата, простор Багдала је трансформисан у спомен парк под именом „Слободиште“. Идејни творац Споменика је био књижевник Добрица Ћосић, а пројектант архитекта Богдан Богдановић (Ђорђевић, 1996: 527).

Према истраживању које су спровели Вукчевић, Антић (2021) прва асоцијација испитаника на град Крушевац Кнез Лазар (23,6%) и Лазарев град (23,3%), односно готово 50% испитаника као прву асоцијацију на град Крушевац има кнеза Лазара и његово

наслеђе што „показује колико је јасно избрендиран Крушевац у свести грађана Србије, али и у ком правцу може да се креће туристичка понуда овог града.“ Аутори даље подсећају да се у близини Лазаревог града и цркве Лазарице (која је трећа асоцијација са 11,3%) налази Народни музеј Крушевац који је 2019. био добитник награде Михајло Валтровић за музеј године.

У истом истраживању, на питање „У Крушевцу бих провео/ла одмор због …“ највише испитаника, њих 32,3 % су одговорили због „Богате баштине и културно-историјског наслеђа (Лазарев град, црква Лазарица, Кућа Симића, Слободиште)“, затим 27,2 % због „Природних лепота и активног одмора (Јастребац)“, али 19,1 % је одговорило „не бих провео/ла одмор у Крушевцу“. Имајући у виду да је само 3,2 % анкетираних грађана одговорило да би посетило Крушевац због „Приступачних цена и квалитетног смештаја“ добијамо јасан одговор шта је то на чему кључни актери развоја туризма града Крушевца морају још да раде.

Станојловић, Ђурчић, Павловић (2010) као најатрактивнији маркер туристичке понуде града Крушевца издвајају Лазарев град, наводе да има изузетан значај за цео регион и сврставају га у комплексе од националног значаја као локалитет високе туристичке вредности. Аутори даље наглашавају да Лазарев град „својом атрактивношћу може да заузме значајно место у посети домаћих и страних туриста у будућности“.

У Програму развоја туризма града Крушевца за период од 2019. до 2024. као туристички производ прве категорије истакнути су: културно-историјски туризам, кратки градски одмори, здравствени и верски туризам. Као специфичност градских одмора у Програму се истиче да „туристе за време боравка највише интересује обилазак културно-историјских знаменитости, догађаји и локална гастрономија“. Као ресурси културно-историјског туризма града Крушевца, у Програму су наведени бројни културно-историјски споменици, Народни музеј, Крушевачко позориште, Галерија Милића од Мачве, библиотека (Програм развоја туризма града Крушевца 2019 – 2024).

Програм развоја туризма града Крушевца је дефинисао четири приоритета за период од 2019. до 2024. За ово дисертационо истраживање је важан приоритет број један „Развој града Крушевца као савремене туристичке дестинације“ јер су на врху листе приоритета као најзначајније туристичке атракције Лазарев град и Багдала. Што се Лазаревог града тиче као најважнији циљеви истакнути су: (1) „осавремењавање понуде туристичких производа и унапређење промоције“ и (2) „фазна реконструкција Лазаревог

града“.[25] Када је у питању Багдала, након усвајања Програма развоја туризма, на Багдали је 2019. изграђен парк минијатура у облику Србије са макетама најважнијих српских манастира. Поред Лазаревог града и Багдале, као туристичке атракције које је потребно осавременити у смислу инфраструктуре, издвојени су Споменик косовским јунацима у центру града и меморијални комплекс Слободиште.

Такође, у Програму развоја туризма града Крушевца, као туристичке атракције су препознати Лазарев град, Споменик косовским јунацима и Слободиште. Њихова додатна туристичка вредност је то што су у питању непокретна културна добра и као приоритети су препознати и у (истеклом, али последње усвојеном) Плану развоја културе града Крушевца за период 2018 – 2023. године.

Осим три горе наведена непокретна културна добра на територији коју покрива град Крушевац евидентирано их је још седам: Црква Светог Стевана (познатија као Лазарица), зграда Окружног начелства (где је данас смештена градска управа Крушевац), Грчки шор са Беговом кућом, Зграда уметничке галерије у Закићевој улици, Кућа Симића, манастир Наупаре, воденице Моравке у Кукљину, споменички комплекс у Белој води.

У Плану развоја културе града Крушевца за период 2018 – 2023. године, поред десет непокретних културних добара у Крушевцу која се налазе под заштитом Републике Србије, наведена су и непокретна културна добра која уживају претходну заштиту, али која, за сада, немају туристичку вредност.

Културно-туристички потенцијал града Крушевца имају и бројне манифестације које се организују током године. Ове манифестације организују 5 установа културе (Народни музеј Крушевац, Историјски архив, Културно-просветна заједница, Центар за културу, Крушевачко позориште) и локална туристичка организација. Међу манифестацијама издвајају се: Фестивал балона „Небу под облаке“, Међународни фестивал „Витешки мегдан у Лазаревом гарду“ са средњовековним венчањем, Видовданске свечаности (дечији карневал, сајам сувенира), Међународни фестивал хумора и сатире „Златна кацига“, Чарапанијада, Беловодска розета, Културно лето у Рибарској бањи и слично (Програм развоја туризма града Крушевца 2019 – 2024., стр. 30).

[25] О фазној реконструкцији је већ било речи у овом тексту, када је цитирана изјава министра културе, Николе Селаковића, о томе да Пројекат реконструкције Лазаревог града постаје пројекат од националног значаја.

Када се сагледају сви културно-историјски, природни и географски ресурси и потенцијали за туристички развој града Крушевца, увиђамо да је културни туризам у Крушевцу најбоље развијати заједно са бањским и планинским туризмом како би се добио један целовити туристички производ. Ово је могуће и због великих инфраструктурних улагања у град Крушевац у последњих неколико година, захваљујући којима Крушевац постаје привредно-туристички центар Поморавља (прим. аут.). Ауторкино мишљење поткрепљује и истраживање које је спровео Лукић и др. (2022) у коме се наводи да туристичкој атрактивности града Крушевца доприноси погодан географски положај, погодна клима, планина Јастребац и језеро Ћелије, Рибарска бања, заштићена природна и културна добра. Међу културним добрима као ресурсе велике вредности Лукић и др. (2022) издвајају меморијални комплекс Слободиште, Багдалу и Белу Воду (центар клесарског заната).

3.2.2. Трстеник

Трстеник је општина у Расинском округу која се простире на површини од 448 км². На том простору у 51 насељу, према попису из 2022. године, живи 35.875 становника. Општина се налази у долини реке Западне Мораве, кна падинама Гледићких планина (922 м) и Гоча (992 м). Сам град је саграђен на висиокј речној тераси, на десној обали Западне Мораве, на 172 метра надморске висине. Кроз град и општину пролази 21. меридијан. Кроз Трстеник протиче река Западна Морава дужином од 21 километар. Река Западна Морава је кроз историју имала веома важну улогу за трстенички крај и околину. У прошлости Западна Морава је била историјска граница између две државе, Аустрије и Турске, након рата који је завршен Пожаревачким миром 1718. године. Река Западна Морава је дом и неколико ретких ендемских врста међу којима се издваја моравски орашак (trapa anosa) (Вукчевић, 2016: 16).

Одличну саобраћајну повезаност општине Трстеник је додатно побољшала близина Моравског коридора, модерног ауто-пута који спаја Коридор 10 и Коридор 11. Трстеник има железнички и аутобуску станицу и туристичко-спортски аеродром.

Име Трстеник спада у групу фитонима, односно назива који корен речи воде по некој карактеристичној вегетацији. Постоје два мишљења о томе како је Трстеник добио име. Према једном мишљењу име Трстеник потиче од речи „трска“ јер се Трстеник налази у долини реке Западне Мораве на чијим обалама и данас расте много трске. Према

другом мишљењу, име Трстеник свој корен има у речи „трс“ што значи „винова лоза“ (Ћосић, 2008: 97. и 612; Аврамов, 1991: 15) која се у Трстенику гаји од давнина, о чему постоје бројни историјски записи, почевши од средњовековних повеља кнеза Лазара и кнегиње Милице (Вукчевић, Стојковић, 2021).

У савременом добу, индустријски гигант "Прва Петолетка", је потпуно променио изглед трстеничке вароши. Пре изградње фабрике, Трстеник је био мала варош са великим бројем занатлија и кафеџија, да би половином 20. века постао престоница хидраулике и пнеуматике. Данас је општина Трстеник, осим по производњи хидраулике и пнеуматике, позната повртарској производњи, производњи воћног и лозног садног материјала и флаширању минералне воде "Мивела" (Вукчевић, 2016: 33).

Општина Трстеник је била насељена још у неолиту. Остаци материјалне културе из периода неолита су, на територији Трстеника, најбогатији на археолошким локалитетима Благотин (у селу Пољна) и Шљивику (у селу Страгари). Бројни локалитети потичу из времена Римљана. Међу њима се издвајају Грабак у Почековини и антички назив за Западну Мораву – „Ангрос“. Из средњег века, из периода Моравске Србије, су остале сачуване бројне цркве и манастири, међу којима су најпознатији манастири Љубостиња и Велуће, а посебан значај има средњовековни град Грабовац, познат и под именом Јеринин град (Вукчевић, Вукашиновић, 2017).

Име Трстеник се први пут помиње у Раваничкој повељи, којом кнез Лазар 1381. године, осам година пре Косовског боја, својој задужбини, манастиру Раваници, поклања села Трстеник, горње и доње Велуће (Вукчевић, 2017: 95). У 15. веку, након пада Србије под турску власт, Трстеник постаје друмско насеље које има два хана, две пекаре, две кафане и војну посаду за обезбеђење каравана који су овуда прилазили на путу од Цариграда ка Јадранском мору (Вукчевић, 2018: 13).

Након ослобођења од Турака, у периоду од 1832. до 1838. године, предузимљиви трстенички трговци зидају Трстеник на данашњем месту, на десној речној тераси Западне Мораве. Трстеничка чаршија убрзо постаје седиште среза који је обухватао готово сва села данашње општине Трстеник и део данашње општине Врњачка Бања. Угледни трговци у Трстенику подижу приватне куће на спрат, са трговачким радњама у приземљу, а у Врњачкој Бањи луксузне виле за одмор. Једна од таквих кућа у Трстенику је **кућа Петра Катића**, трговца и народног посланика из друге половине 19. века. Овај објекат је, због својих изутених архитектонских одлика, под заштитом као непокретно културно добро од великог значаја. У последњим деценијама 19. века Трстеник добија нову основну школу „Свети Сава“, **цркву Свете Тројице** са звоником високим 33 метра,

градски трг поплочан калдрмом, парни млин и бројне кафане (Вукчевић, 2016: 129 – 130). Развоју града је допринела жива трговина. Године 1899. у Трстенику је Гвоздени мост саградила иста фирма која је саградила Ајфелов торањ (Вукчевић, 2018: 22).

(Дубичанин, Лунић, 2015) наводе да општина Трстеник има богат туристички потенцијал и међу културно-туристички атракцијама издваја археолошке локалитете из периода неолита (налазишта Благотин и Страгари), манастире Љубостиња и Велуће који су грађени у Моравском архитектонском стилу, средњовековно утврђење Јеринин град Грабовац и Цркву Светог Архангела Гаврила.

Свих шест наведених културно-историјских споменика и археолошких налазишта су категорисани као непокретна културна добра а поред наведених, на територији општине Трстеник се налазе још три непокретна културна добра: кућа трговца Петра Катића из 18. века, кућа Љубице Милосављевић и кућа Милице Ивановић.

Поред непокретних културних добара од који нека могу бити туристичке атракције, не територији општине Трстеник две установе културе учествују у креирању културних програма који могу бити туристички ресурси – **Народна библиотека Јефимија** и Народни универзитет Трстеник. Народна библиотека Јефимија је име добила по првој српској песникињи, монахињи Јефимији, која је живела и стварала у манастиру Љубостиња крајем 14. и почетком 15. века. У оквиру библиотеке постоји Читаоница, Завичајно, Позјамно и Дечије одељење, а у њеном саставу је и Библиотека у селу Велика Дренова – највећа сеоска библиотека у Србији. Библиотека организује манифестацију **Српска савремена проза**. (Вукчевић, 2017, Трагом Јефимије).

Народни универзитет Трстеник је поливалентна установа културе и образовања која се састоји од више организационих јединица: Музејска Збирка, Центар за културу са биоскопом, позоришном сценом и ликовном галеријом, центар за образовање и Служба заједничких послова. На промоцији богатог културно-историјског наслеђа трстеничког краја највише ради Музејска збирка путем гостовања изложби (етнолошких, историјских, едукативних) у земљи и иностранству и путем довођења занимљивих програма из других установа културе намењеним публици свих узраста. Народни универзитет организује међународну културно-духовну манифестацију **Јефимијини дани**. (Вукчевић, 2017)

Малобројни аутори су се бавили истраживањем туристичких потенцијала општине Трстеник. Дубичанин, Лунић (2015) као примарни туристички производ општине Трстеник истичу рурални туризам и наглашава да „богатство културних ресурса као и очувана традиција народа који живе на овом простору, представља једну

од предности ових области“ али као изразиту проблем мапира депопулацију становништва поготово у сеоском подручју где би рурални туризам требало да се развија. Бићанин (2018) је такође истраживала потенцијале за развој руралног туризма у општини Трстеник и као главне проблеме је уочила недовољно категорисаног смештаја у сеоском подручју и немотивисаност људи у селу да се баве туризмом. Стојковић, Вукчевић (2019) су истраживале потенцијале за развој мрачног туризма у трстеничком селу Медвеђа где постоји урбана легенда о српском вампиру Павлу Арнауту. Истраживање је дало резултате да мештани Медвеђе имају позитиван став према развоју ове врсте туризма на територији свог села, да сматрају да туризам може да се искористи у сврхе даљег развоја села и останка младих људи на селу. Локална самоуправа је изразила номиналну заинтересованост. Ауторке су закључиле да се ова врста туризма мора развијати интегрално као део ширег туристичког производа општине Трстеник увезано са културно-туристичком и екскурзионом понудом Врњачке Бање и Крушевца. Стојковић (2020) је проучавала потенцијале развоја културног туризма на територији села Велика Дренова у општини Трстеник. Њено истраживање је показало позитиван став становништва Велике Дренове и заинтересованих представника локалне самоуправе и јавних установа за развијањем културног туризма у селу Велика Дренова, а ауторка је издвојила и бројне потенцијалне туристичке ресурсе. Стојковић, Милићевић (2020) су истраживале потенцијале за развој винског туризма на територији општине Трстеник. Као главне снаге су истакле добру саобраћајну повезаност Трстеника, плодно тле и умерену климу, а као слабости недовољну маркетиншку промоцију винарија од стране локалне туристичке организације, мали број регистрованих винарија и недовољан број јединица смештаја у граду и на селима где су винарије и регистроване.

У Плану развоја општине Трстеник 2021 – 2027. се наводи да „туризам као грана привреде није од пресудног значаја за развој општине“ и да се туризам општине Трстеник заснива на културном туризму: посете средњовековним манастирима Љубостиња и Велуће, средњовековном утврђењу Јеринином граду у селу Грабовац и Цркви Свете Тројице, наводе се стари занати као културно-туристички потенцијал и локална архитектура, као и археолошко налазиште Благотин које се наводи као туристичка атракција (стр. 36). Као недовољно искоришћени туристички потенцијали Трстеника наводи се да је први урбанистички план Трстеника радио Никола Пашић, каснији Министар у Краљевини Србији, да је прве топографске карте радио чувени војсковођа Живојин Мишић, да је као геометар у Трстенику радио Никола Калабић, један од

најближих сарадника „ђенерала“ Драже Михајловића, те да је у Трстенику рођен Владислав Рибникар, оснивач листа Политика.

Ауторка дисертационог истраживања није успела да дође до податка ко су аутори Плана развоја општине Трстеник, па није успела да утврди који су то индикатори ауторе Плана водили у избору постојећих и потенцијалних туристичких атракција. У Плану се као туристичка атракција наводи археолошко налазиште Благотин до кога се, у кишним месецима, не може доћи путничким аутомобилом, а на самом локалитету нема апсолутно ничега – осим траве луцерке коју ту сеју власници имања, туриста не може да види ни инфо-таблу, ни путоказ, ако уопште успе да се снађе и дође до самог локалитета уз помоћ мештана. До локалитета Јеринин град постоји путоказ, али се до локалитета може доћи само пешачењем које изискује одређени степен кондиције, те није за старије особе или породице са малом децом због неуређене стазе која води до утврђења. Даље, у плану се наводе и неке историјске личности (Живојин Мишић, Никола Пашић, Никола Калабић) које су само једном приликом боравиле у Трстенику и нису за собом оставиле неки значајнији траг, или попут Владислава Рибникара који се у Трстенику само родио и живео веома кратко, кућа у којој је Рибникар рођен је давно порушена, на њеном месту се налази стамбена зграда без икаквог обележја да је ту рођен оснивач листа Политика.

У плану развоја општине Трстеник 2021 – 2027. се као главне препреке за развој туризма издвајају недостатак смештајних капацитета, недовољан степен развијености туризма, недефинисан туристички производ општине Трстеник и недовољна туристичка валоризација природних ресурса и културно-историјских споменика.

Када се сумира све речено, може да се закључи да је развој културног туризма на територији општине Трстеник отежан услед његовог непрепознавања од стране локалне самоуправе као генератора економског развоја, потом таргетирања културно-историјског наслеђа као туристичких атракција које не поседује потребне елементе да би било туристички валоризовано (инфраструктура, туристичка сигнализација, уређени право-имовински односи) или туристичког валоризовања културно-историјског наслеђа које нема капацитет да постане атракција. У анализираној литератури која се бавила туризмом у општини Трстеник и у Плану развоја општине Трстеник, ни у поглављу Туризам, ни у поглављу Култура, није наведена манифестација Јефимијини дани као туристички потенцијал или културни ресурс, а управо је у питању манифестација која поседује највеће снаге да буде генератор развоја културног туризма општине Трстеник. Историјске личности које уопште нису поменуте у наведеним референцама а поседују велики културно-туристички капацитет су: кнегиња Милица (прва жена владарка у

историји Србије, прва жена дипломаткиња, ктиторка манастира Љубостиње, књижевница) и монахиња Јефимија (прва српска песникиња, представница женске дипломатске мисије на турском двору у 14. веку, једна од најобразованијих жена свог времена). Културно-туристичке потенцијале које поседују личности кнегиње Милице и монахиње Јефимије допуњује близина манастира Љубостиња, реномирана манифестација Јефимијини дани, споменик кнегињи Милици који доминира платоом испред општине у центру Трстеника, итд.

3.2.3. Александровац

Према попису из 2022. године, у 55 насељених места, у општини Александровац живи 22.069 становника. Општина Александровац је смештена у Расинском округу, између планинских венаца Гоча, Жељина, Јастрепца и Копаоника. Површина општине је 387 м². Рашчлањеност терена је изразита и креће се од 190 до 1.785 метара надморске висине. Територија општине је подељена у две морфолошке целине: Доња Жупа и Горња Жупа у планинском залеђу (План развоја општине Александровац 2021 – 2027).

Најстарије познато насеље је Кожетин (данас општина Александровац) које представља природни географски центар Жупе александровачке (Милинчић, Сандић, 2006).

Први познати помен насеља Кожетина забележен у ктиторској повељи Стефана Немање манастиру Студеници из 1196. године (Ферјанчић, 1972: 7) у којој се помињу нека од села александровачке општине која и данас са сигурношћу можемо да убицирамо: Поповац, Кожетин, Ракла, Велика Крушевица, Поховац и Руденица (Благојевић, 1972: 26 – 27). На територији општине Александровац се налазе и **средњовековни манастири Дренча и Руденица** са бројним поседима (Благојевић, 1972: 36 – 39). Кожетин 1882. године, на захтев мештана, добија назив Александровац, по престолонаследнику Александру Обреновићу, будућем краљу Србије (План развоја општине Александровац 2021 – 2027).

Поред богатог историјског наслеђа оличеног у сакралном градитељству цркава и манастира, на територији општине Александровац се налази и неолитско археолошко **налазиште из периода винчанске културе Витково** у истоименом селу. На овом археолошком налазишту пронађено је доста покретних културних добара која се данас чувају у Завичајном музеју Жупе. Међу њима се истичу пет „богиња мајке земље“,

фигурина од печене земље. Четири фигурине су откривене 1969. године, у питању су „Lady of Aleksandrovac“, „Madame de Vitkovo“, „Madame de Venčac“ и „Venus de Župa“. Својом лепотом и димензијама се истиче „Lady of Aleksandrovac“, која је увршћена међу 12 најзначајнијих праисторијских венера на свету, и новопронађена, пета по реду, **„Жупска венера“** у 2019. години, која је по својим димензијама највећа од свих пет фигурина (Црнобрња Красић, 2020).

И сама **зграда Завичајног музеја Жупе** је смештена у Поп Марковој кући, у главној градској зони у Александровцу. Кућа је заштићена као непокретно културно добро. (Грујовић Брковић, Алексић Чеврљаковић, 2015: 197), па сама по себи представља својеврсну туристичку атракцију чија је додатна вредност богата археолошка, историјска и етнолошка збирка.

Поред Завичајног музеја жупе, у Александровцу постоји и ради специјализовани музеј, **Музеј винарства и виноградарства**. Осим атрактивности у културно-туристичком смислу (Музеј је смештен у старој згради Пољопривредне школе саграђене 1926. године, има богате збирке предмета који се односе на винарство и виноградарство), Музеј винарства и виноградарства може да има важну улогу у развоју винског туризма александровачког краја. Та улога се огледа у потражњи туриста који се сматрају винским туристима јер су истраживања показала (Раденковић Шошић, Прентовић, 2010; Петровић и др., 2022) да су вински туристи, осим дегустације вина и посете винаријама, веома заинтересовани за културну понуду градова, шта говори да се културни туризам у Александровцу мора развијати интегрално са винским туризмом. Петровић и др. (2022) наводе да развој винског туризма подразумева „креирање винских путева … организовање винских фестивала … Искуства развијених винских регија показују да туристи који се интересују за вино, често се интересују за локалну храну, традицију, а остварују и висок проценат учешћа у рекреативном и културном програму.“

Као један од елемената културног туризма који је повезан са винским су атрактивна виноградарска насеља која свој настанак бележе још у средњем веку. Ова насеља су позната под називом **Жупске пољане**, а посебно је атрактивна пољана Лукаревина где је и даље сачуван велики број виноградарских кућица (Грујовић Брковић, 2009).

У прилог овом удруженом развоју културно-винског туристичког производа иду и манифестације међу којима се издвајају **Жупска берба**, **Међународни сајам вина** и Буцини дани (План развоја општине Александровац).

3.2.4. Брус

Општина Брус је општина са највећом надморском висином у Расинском округу. Смештена на падинама Копаоника, са просечном надморском висином од 450 метара обухвата површину од 605 километара^2. Према попису из 2022. године, на територији општине Брус живи 13.594 становника у 58 насеља. Општина Брус захвата и долину реке Расине и део жупског виногорја. Због рељефа и планинске климе развијен је ловни, а нарочито спортски туризам (зимски спортови) услед близине Копаоника. Општини Брус припада источна страна ове планине, преко села Брзеће до највишег, Панчићевог, врха (2.017 метара) (извор: званична веб страница Општина Брус).

Када је у питању историја овог краја, у Брусу се налазе остаци светилишта Метоће, односно цркве посвећене Светом Методију Олимпијском, која датира још из 3. века. Из античког периода су и римски путеви који су, преко Копаоника, спајали Јадранско приморје са Софијом и Цариградом (Јеличић, 2000).

Најатрактивнији културно-туристички локалитет је **средњовековни град Козник**. У питању је тврђава подигнута у последњој трећини 14. века, која се први пут у историјским изворима помиње 8. августа 1381. године као место издања повеље кнеза Лазара за Хиландарску лавру. Према неки историјским изворима, Козник је саградио велики челник Радич Поступовић, великаш деспота Стефана Лазаревића. Данас је делимично конзервирана и категорисана као споменик културе од великог значаја (Симоновић, 2006: 197).

Културно-туристички потенцијал имају и материјални остаци средњовековног рударства на овим просторима. Краљ Стефан Урош I Немањић у своју државу доводи Сасе, немачке рударе најамнике који подижу рударска насеља. Рударство на Копаонику своју експанзију доживљава током 14. и 15. века. Рударска насеља су имала своје топионице и ковнице новца и у овом периоду се бележи жива трговачка активност са Дубровачком републиком. (Јеличић, 1996: 816).

Према најновијим расположивим подацима, општину Брус је током 2022. посетило 30.249 туриста. Највећи број њих је гостовао у Брзећу, због близине Копаоника. Када се овај број туриста (30.249) упореди са бројем туриста који је током 2022. године посетило 61.487 туриста, можемо да видимо да је општина Брус забележила 50% туристичког промета у Расинском округу (РЗЗС, 2023: 259). Па ипак, општина Брус, и

поред оваквог туристичког промета, се убраја у недовољно развијене општине Републике Србије (Закон о недовољно развијеним подручјима 1995 – 2005, према: Бјељац, Бранков, Поповић, 2009) и у економски неразвијена подручја (Стратегија регионалног развоја 2007 – 2012, према: према: Бјељац и др, 2009). Детаљнијом анализом, Бјељац и др. (2009) Брус ипак сврставају у групу општина које имају развијену туристичку делатност према „богатству антропогених и природно географских туристичких вредности, степену развијености туристичке инфраструктуре, материјалној бази туризма и туристичком промету".

У истраживању које је спровео ЗАПРОКУЛ (2015) као један од приоритета за свој развој Брус је препознао културни туризам. Потенцијалима за развој културног туризма доприносе споменици и споменичка наслеђа културно-историјске и археолошке вредности, међу којима су нека заштићена као непокретна културна добра. Непокретна културна добра на територији општине Брус су: **манастир Милентија** (14. век), **манастир Лепенац** (14/15. век), **средњовековно утврђење Козник** (14. век), црква Светог Петра и Павла у селу Крива река (1618. година) (Грујовић Брковић, Алескић Чевраљаковић, 2015: 181 – 183).

Сва заштићена непокретна културна добра на територији општине Брус су, у Плану развоја општине Брус 2022 – 2029., препозната као туристички потенцијал са напоменом да нису довољно искоришћени и да је саобраћајна инфраструктура лоша. Поред културно-туристичких потенцијала, општина Брус наглашава важност Копаоника као већ развијене туристичке дестинације (План развоја општине Брус).

У Изменама и допунама просторног плана подручја посебне намене националног парка „Копаоник" [ППППН НП „Копаоник"] које је 2016. донело Министарство грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре Републике Србије се посебно истичу непокретна културна добра катастарских општина Брус, Рашка и Лепосавић са посебном напоменом о заштити културних добара јер имају „намену заштити и презентацији вредности НП „Копаоник" и туризму, иако међу проглашеним добрима нема ниједног од изузетног значаја" (стр. 24). У нацрту измена и допуна ППППН НП „Копаоник" набројани су сви локалитети који су проглашени за заштићено непокретно културно добро. Територији општине Брус припада споменик културе – место стрељаних жртава са **гробницом и црквом у Кривој Реци** – једни категорисан као споменик од великог значаја. Документ ППППН НП „Копаоник" предвиђа и мере и услове заштите и коришћења непокретних културних добара и њихове заштићене околине (стр. 102).

Поред свих наведених културно-историјских добара на територији општине Брус које поседују туристички потенцијал, главни носилац културне понуде у Брусу је **Центар за културу Брус**, поливалентна установа културе, која поседује два сале: велику са 350 седећих места и малу салу са 100 седећих места и Етнографски музеј са сталном поставком (План развоја општине Брус).

Сумирајући све културне ресурсе општине Брус као туристичке потенцијале, долази се до закључка да се културни туризам на територији општине Брус мора развијати интегрално са већ постојећим облицима туризма, међу којима преовладава планински, рекреативни и рурални туризам. Развијање културног туризма може допринети амортизовању сезоналности туристичког промета општине Брус која је, због развијеног планинског туризма и близине Копаоника, сконцентрисана у зимске месеце. Развоју културног туризма ће свакако допринети и предвиђена обнова цркве и пратећих објеката и комплексу манастира Манасије који представља непокретно културно добро од великог значаја (Урбанистички пројекат за обнову цркве Светог Стефана, 2024).

3.2.5. Варварин

Општина Варварин се налази на левој обали реке Велика Морава, у Расинском округу. Површина општине је 249 км², а просечна надморска висина 140 метара. У 21 насељу, према попису из 2022. живи 14.382 становника. Клима је умерено континентална (Нацрт плана развоја општине Варварин 2020 – 2028).

На територији Варварина трагови првих људских насеља постоје још у време праисторије (Симић, 1996: 882). Материјални остаци насељавања у Варварину су забележени и за време антике и у средњем веку. На трагове Римљана на територији општине Варварин упућује археолошки истражено насеље на вишеслојном локалитету Бедем у селу Маскаре као и темељи римске грађевине типа *villa rustica* у насељу Бачина (Симоновић, 2006: 22). На **локалитету Бедем** документовано је рановизантијско утврђење, где је, приликом археолошких ископавања, нађена је тробродна базилика (Бугар, 2014). Посебно атрактиван је налаз под називом „варваршки корпус“, **бронзано распеће из 12. века** израђено у некој од европских романских радионица; данас се налази у Народном музеју у Београду (Симоновић, 2006: 47).

Најзначајнији средњовековни споменик који је откривен на територији општине Варварин је чувени **Темнићки натпис**. Овај натпис који је датован у период 10-11. век

је откривен у селу Горњи Катун, у непосредној близини данашње катунске школе. Данас се чува у Народном музеју (Стојановић, 1913).

У средњевековној српској држави жупа Левач је имала важну улогу. Забележено је да је на подручју села Орашје, које се налази на територији општине Варварин, краљ Милутин помирио са братом Драгутином (1301-1311) након што су ратовали десет година, и да је краљ Милутин на месту помирења подигао манастир, 1321. године (Симић, 1996: 882). Први помен имена Варварин потиче из 15. века. Наиме, у периоду када су се сукобљавале мађарска и турска војска на територији Српске деспотовине, а за време владавине српског деспота Ђурђа Бранковића, историјски извори бележе да се Јован Марцали, мађарски војсковођа који је ратовао у име мађарског краља Сигмунда, 1437. године, сукобио са турском војском око Сталаћа и Крушевца а потом се повукао на територију Варварина (Спремић, 1972: 16).

Помен села Варварин срећемо у историјским изворима у 18. веку. Тада се помиње под именом Бела Црква и наводи да има 8 домова. Варварин помиње и Ото Фердинад Дубислав племенити Пирх, у свом путопису *"Путовање по Србији године 1829."*, и описује као месташце поред реке Мораве са кућама прекривеним ћерамидом.

Почетком 19. века, 1810. године, догодила се једна од најважнијих борби у Првом српском устанку у којој је српска војска победила. Ту, на варваринском пољу, сукобили су се српски устаници потпомогнути руском војском, против турске војске коју је предводио Куршид паша. Битка се одиграла на месту Саставци. На челу српске војске је био Станоје Главаш, а на челу руске војске гроф Орурк. На месту Варваринске битке подигнут је **споменик грофу Орурку** (Грујовић Брковић, Алексић Чеврљаковић, 2015). Варварин је од Турака ослобођен после Другог српског устанка. За варош је проглашен указом краља Милана Обреновића 29. септембра 1882. године (Симоновић, 2006: 46).

Општина Варварин данас припада 4. групи општина по својој развијености. Главно занимање становништва је пољопривредна производња са јаком малим учешћем привреде у виду неколико приватних предузећа која запошљавају до 60 радника. Индустрија је на незадовољавајућем нивоу. У нацрту Плана развоја општине Варварин се наводи да се туризам у општини Варварин налази на недовољном степену развијености и да од 2015. до 2019. нису регистровани туристички доласци у Варварин (Републички завод за статистику, Доласци и ноћења туриста по општинама). Увидом у податке РЗС, утврђено је да се та „осека" у туристичким доласцима у општини Варварин продужила све до августа 2022. године када је забележено првих 19 туриста – двоје домаћих и 15 страних.

Преглед туристичких долазака од августа 2022. до маја 2024. дат је у Табели 14 „Месечни подаци о доласцима туриста на територији општине Варварин 2022 – 2024.“

Такође, у нацрту Плана развоја општине Варварин се наводи да до сада нису рађена испитивања потенцијала туризма (нити постоји литература о томе, прим. аут.), али се наводе неке идеје о могућим потенцијалима за развој различитих облика туризма: етно-туризам, агротуризам, еко-туризам, спортски и ловни туризам, манифестациони транзитни (због будућег Моравског коридора) и бањски туризам (стр. 69 – 70). Као слабости у развоју туризма са наводе непостојање локалне туристичке организације, недефинисан туристички производ и непостојање смештајних капацитета.

	Доласци туриста – месечни подаци			Ноћења туриста – месечни подаци		
	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни
2022/децембар	6	3	3	6	3	3
2023/јануар	3	1	2	3	1	2
2023/фебруар	-	-	-	-	-	
2023/март	5	2	3	6	3	3
2023/април	17	9	8	25	14	11
2023/мај	50	29	21	77	46	31
2023/јун	8	3	5	12	7	5
2023/јул	34	17	17	66	34	32
2023/август	44	1	43	130	2	128
2023/септембар	29	16	13	33	16	17
2023/октобар	10	8	2	11	8	3
2023/новембар	-	-	-	-	-	
2023/децембар	-	-	-	-	-	
2024/јануар	-	-	-	-	-	
2024/фебруар	-	-	-	-	-	
2024/март	1	1	-	2	2	-
2024/април	7	4	3	7	4	3
2024/мај	8	-	8	21	-	21
2024/јун	45	41	4	78	74	4
2024/јул	6	3	3	7	3	4

Табела 14 „Месечни подаци о доласцима туриста на територији општине Варварин 2023 – 2024. Извор: РЗЗС“

Културни туризам у Варварину, за сада, као и остали облици туризма које је општина Варварин мапирала, мора да се развија од почетка, што може да се искористи као предност у дефинисању савременог и занимљивог културно-туристичког производа Варварина. Споменик руском грофу Орурку може бити сјајна рецептивна дестинација за туристе из Русије, на пример, када се увеже са другим споменичким обележјима посвећена руским великанима која се налазе на територији Расинског округа (Споменик Црвеноармејцима у Великој Дренови итд.). Носилац развоја културног туризма, до најављеног формирања локалне туристичке организације, би била Општинска библиотека у Варварину. Ова установа поливалентног типа организовањем

манифестација може да допринесе и развоју манифестационог туризма (манифестације Културно лето, Темнићки натпис, Сусрет села) (ЗАПРОКУЛ, 2015). Осим наведеног, општина Варварин би могла да искористи све потенцијале будућег Моравског коридора и да креира атрактивну понуду за дужи или краћи предах путницима који користе ову саобраћајницу. Као полазна основа за развој туризма може да послужи реновирани и недавно отворени хотел „Плажа“ у Варварину који се налази на атрактивној локацији, поред реке Западне Мораве.

3.2.6. Ћићевац

Ћићевац је највеће насеље и седиште истоимене општине која се налази на десној обали реке Велике Мораве. Општина Ћићевац је једна од општина у Расинском управном округу која на површини од 124 км² има 7.860 становника у 10 насељених места (према попису из 2022. године). Због своје локације на Коридору 10, Ћићевац има виталну улогу као стратешка комуникациона веза унутар Републике Србије. Поред тога, село Сталаћ, које је познати железнички чвор на прузи Београд-Ниш, означава и тачку где се Јужна и Западна Морава спајају у Велику Мораву (Симоновић, 2006: 454 – 455).

Осим занимљиве гео-локације, Ћићевац има богату историјску прошлост са бројним очуваним споменичким наслеђем. Ту се издвајају **Мојсињска Света гора**, где је сачувано око 70 сакралних објеката из преиода средњег века и средњовековни град Сталаћ у оквиру кога доминира **Кула Тодора од Сталаћа.**

Посебно место у историјско-културном наслеђу Ћићевца, које представља значајан туристички потенцијал, заузимају Мојсињске планине. Због великог броја сачуваних сакралних објеката (остатака цркава, уређених извора воде којима се придају сакрална својства) Мојсињске планине се све чешће називају „Мала Српска Света гора“. Сачуван је велики број цркава и црквишта за које се сматра да су изграђене у позном средњем веку, у времену када са југа турски освајачи продиру из Азије на Балкан. У периоду после Маричке битке, 1371. године, монаси који долазе са Синаја, па добијају назив Синаити, на простору Мојсињских планина почињу зидати храмове од којих су неки сачувани до данас (Јовановић, 1907). Међу овим црквама као непокретна културна добра категорисани су: црква Светог Марка у Јаковцу, црква Светог Јована у Стеванцу, црква Светог Арханђела у Сталаћу, црква Светог Николе и Свете Недеље у Браљини (Грујовић Брковић, Алексић Чевљаковић, 2015).

Поред антропогених вредности, Мојсињске планине представљају и важан природни резерват. Због тога је Скупштина општине Ћићевац 2023. покренула иницијативу да се Сталаћка клисура и Мојсињске планине прогласе за заштићено подручје „због изузетних природних, културних и друштвених одлика“ (извор: Сталаћка клисура и Мојсињске планине – ново заштићено подручје на видику).

На обронцима Мојсињских планина је саграђен и средњовековни Град Сталаћ. У питању је утврђење са мисивним зидовима које доминира крајоликом, опасано бедемима са кулама мотриљама. Сматра се да је изградња овог утврђења започела непосредно пред Маричку битку. Тврђава није дуго живела, порушена је 1413. године, када су Турци опседали овај утврђени град. Легенда каже да је живот у тој борби изгубио Војвода Пријезда који ће касније бити опеван у многим народним песмама (Милићевић, 1876: 715 – 717).

У нацрту Плана развоја општине Ћићевац 2023 – 2029. истакнуто је „стратешко опредељење за развој туризма као приоритетне привредне гране“. У том циљу наведено је више приоритетних мера које укључују оснивање локалне туристичке организације, израду стратешког плана за развој туризма, унапређене смештајних и угоститељских капацитета, као и категоризација смештаја. Општина Ћићевац Планом предвиђа валоризацију културно-историјских ресурса у туристичке сврхе, па је фокус ставила на реконструкцију средњовековне тврђаве Сталаћ и истраживања средњовековне тврђаве Градац у Мојсињској гори у циљу њене реконструкције. Такође, као један од туристичких потенцијала у Плану је наведено унапређење културно-уметничких догађаја, унапређење квалитета постојећих манифестација и покретање нових.

Истраживање ЗАПРОКУЛ-а (2015) је показало да општина Ћићевац истиче неговање традиције као један од приоритета за унапређење културног живота, али наглашава слабо интересовање грађана за културне програме. До скора једина установа у Ћићевцу која је била носилац културно-уметничких програма, као туристичких потенцијала наведених у Плану развоја општине Ћићевац, била је Општинска библиотека. Библиотека у Ћићевцу је установа поливалентног типа, па поред библиотечке делатности организује и бројне друге програме међу којима се издвајају манифестације: Морава нас вода од`ранила, Владанови дани, Под крилима Арханђела.

Планом развоја општине Ћићевац је предвиђено оснивање Завичајног музеја у објекту који је реконструисан за потребе Музеја и који је већ отпочео са радом.

Сумирајући наведене планове и туристичке пројекције општине Ћићевац, а имајући у виду да је општина Ћићевац 2023. донела дугорочни план из кога је већ

отпочела са реализацијом неких програмских мера које ће допринети развоју туризма у општини Ћићевац, поготово развоју културног туризма повезаног са верским, рекреативним, манифестационим и другим комплементарним облицима туризма, преостаје мониторинг туристичког развоја општине Ћићевац како би, потенцијално, у будућности била пример добре праксе.

4. АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА АНКЕТНОГ ИСТРАЖИВАЊА

4.1. Преглед досадашњих истраживања

Приликом кабинетских истраживања у сврху постављања теоријске основе за дисертационо истраживање коришћена је референтна литература домаћих и страних аутора. Са посебном пажњом је проучавана литература новијег датума, као и званични статистички извештаји, важеће стратегије, развојни планови и законска акта. Сва ова литература је навођена у оквиру поглавља за које је референтна, те о њој на овом месту неће бити писано како би се избегло беспотребно понављање.

Литература која се бави основама туризма, проучавањем културе и културног туризма је бројна. Од домаћих аутора који су се бавили културним туризмом истичемо Ђукић Дојчиновић В. (2005), Радовић Н. (2016, 2017, 2018), Кривошејев В. (2012, 2013, 2014, 2015a, 2015b) и Вићентијевић Д. (2023).

Доста је истраживано и о култури и менаџменту установа културе. Ту се посебно издвајају истраживања које је спроводио ЗАПРОКУЛ (2015, 2019a, 2019b).

Највећи изазов за теоријско постављање истраживања је била литература представљена у Поглављу 3 „Основе и потенцијали за развој културног туризма у Рашком и Расинском округу“ која се бави културним наслеђем Рашког и Расинског округа, његовом валоризацијом у циљу развоја културног туризма и литература која се бави мапирањем постојећих културно-туристичких атракција као и потенцијалних културно-туристичких ресурса. Наиме, док се о Рашком управном округу, односно његовим културно-историјским знаменитостима, протеклих година писало јер се на тој територији налази више споменика који су под заштитом УНЕСКО-а и јер кроз територију Рашког округа пролази културна рута ТРАНСРОМАНИКА, о Расинском управном округу се није писало готово уопште. Радови који обрађују туристичку понуду Расинског округа су ретки и до сада су, у науци, били ограниченог домета. Све то је резултирало успореним развојем туризма у овом округу иако он има одличне потенцијале.

У циљу теоријске поставке истраживања која се тиче Поглавља 3 најпре су детаљно анализиране стратегије и развојни планови градова и општина два наведена округа. Како су стратегије и планови детаљно изложени у Поглављу 3, а излистани у

потпоглављу „Методолошки приступ“ које се бави, између осталог, нормативном методом истраживања, нећемо се на њима на овом месту друже задржавати.

Када је литература у питању, можемо је поделити на литературу која обрађује туристичке потенцијале и културно наслеђе Рашког округа, и туристичке потенцијале и културно наслеђе Расинског округа јер до сада није рађено обједињено истраживање ова два округа, у чему и лежи један од научних доприноса ове дисертације.

Оба управна округа су, донекле, обухваћена истраживањима која је спровео ЗАПРОКУЛ (2015, 2019a, 2019b). Спроведена истраживања се, сукцесивно, баве (2015) установама културе у Расинском округу, њиховом структуром, запосленима, програмском делатношћу и манифестацијама које организују, потом (2019a) делатношћу регионалних развојних агенција у Републици Србији и културним туризмом где су обухваћене и регионалне развојне агенције које своју делатност обављају на територији Рашког и Расинског управног округа, и на крају (2019b) се разматрају модели културних политика које за основу имају повећање културне партиципације на примеру града Краљева.

О Рашком управном округу, као целини, његовом културно-туристичком потенцијалу, писало је неколико истраживача. Туристичке потенцијале Рашке регије у циљу развоја сеоског туризма проучавали су Павловић М., Голић Р. (2011). Два дисертациона истраживања су испитивала валоризацију туристичких потенцијала Рашке области – Шаћировић, С. (2007) који је проучавао валоризацију новопазарског краја, односно Нови Пазар, Сјеницу и Тутин, и Кићовић, Д. (2016) који је истраживао валоризацију и регионализацију туристичких потенцијала географског простора Старог Влаха и Рашке. На крају, културно наслеђе које је категорисано као непокретно културно добро систематизовале су Грујовић Брковић и Алексић Чеврљаковић (2015) у монографији која покрива територију Завода за заштиту споменика у Краљеву, а археолошку карту Тутина, Новог Пазар и Сјенице је приредила Премовић Алексић, Д. (2014). Најрелевантнија студија за ово дисертационо истраживање је студија у којој су испитиване установе културе као носиоци развоја националног идентитета и културног туризма које су спровели Вукчевић Ј., Антић Д. (2021); у том истраживању су испитивани ставови потенцијалних туриста о културном наслеђу Новог Пазара, Краљева, Врњачке Бање и Трстеника и атрактивностима које би те туристе привукле или одбиле да посете наведене градове и општине.

О градовима и општинама Рашког округа, њиховом културном наслеђу, валоризацији тог наслеђа у туристичке сврхе писано је мало. Литература, до које је

ауторка успела да дође, се своди на неколико чланака који су се махом бавили миркодестинацијама у Рашком округу. Дебљовић Ристић, Н. (2018) је истраживала Стари Рас и Сопоћане као важна средњовековна средишта која се налазе у руралним областима и који су све изазови управљања овим културно-историјским наслеђем које се налази на листи УНЕСКО-а. Станојловић А. (2009) испитује потенцијале средњовековне тврђаве Маглич за развој културног туризма. Алексић Чеврљаковић, М. и Алексић, М. (2019) су истраживале савремени идентитет грађана Краљева формиран у односу на наслеђе које се налази у том граду. Бањска места на територији Рашког округа и потенцијале њиховог наслеђа и установа културе (библиотеке) у функцији развоја (културног) туризма испитивале су: Марић М. (2016), Подовац, М., Јовановић Тончев, М., Милићевић, С. (2017) и Петковић М., (2021).

О Расинском округу литература је малобројна. О Расинском округу као целини и његовим културно-туристичким потенцијалима ауторка истраживања није пронашла релевантна истраживања.

Крушевац и његове туристичке потенцијале систематизовала је Драшковић Ковачевић, З. (2002) у Водичу кроз Крушевац. Туристичку инфраструктуру у функцији одрживог развоја на примеру града Крушевца изучавали су Лукић Б., Протић Б., Шећеров В., Белић Радин М., Поповић М., Гатарић Д. и Милићевић К. (2022). Лазарев град, као микродестинацију, и његову туристичку валоризацију, проучавали су Станојловић А., Ђурчић Н., Павловић Н. (2010).

О Трстенику је највише писала, истраживала и публиковала Вукчевић, Ј. (2016, 2017, 2018, 2021a, 2021b). Она је представила (2016) све привредне, економске и туристичке потенцијале општине Трстеник, (2017) представила значајно културно наслеђе које се може валоризовати у функцији развоја културног туризма и мапирала најважније установе и удружења грађана у култури општине Трстеник, (2019) разматрала потенцијале за развој туризма специјалних интереса, односно мрачног туризма у Републици Србији на примеру села Медвеђа у општини Трстеник, (2021a) истражила и написала историјат трстеничког виногорја и потенцијале за развој винског туризма на територији општине Трстеник у коауторству са Стојковић Ј. и (2021b) испитивала ставове и мишљења грађана о културно-историјском наслеђу општине Трстеник.

Поред Вукчевић, о винском туризму на територији Трстеничког виногорја писале су Стојковић Ј., Милићевић С. (2020), а о могућностима за развој сеоског туризма у Трстенику значајни су радови Дубичанин М., Лунић Д. (2015) и Бићанин Ј. (2018).

Петровић, Д., Вукојичић, Д., Милинчић, У., Милинчић, М. (2022) су писали о потенцијалима за развој винског туризма на територији општине Александровац. О туризму, туристичком потенцијалу и културном наслеђу Варварина, Бруса и Ћићевца ауторка није пронашла релевантне научне публикације.

Узевши наведено стање литературе општег карактера у обзир, као посебно питање се отворило питање литературе која корелира са емпиријским истраживањем постављеним од стране ауторке овог дисертационог истраживања. Од малобројних радова публикованих на тему међуодноса туризма и културе и улоге установа културе у овом међуодносу, као главна полазна тачка за формирање анкетних упитника су послужила истраживања која су спровеле Кали (2010) и Медић (2015) и које су се конкретно бавиле улогом музеја у развоју културног туризма и посматрале музеје као главне носиоце развоја културног туризма на једној одређеној територији. Наведена истраживања су прилагођена за потребе овог емпиријског истраживања, јер на територији Рашког и Расинског округа неке општине немају основане музеје као установе заштите (Тутин, Рашка, Врњачка Бања, Трстеник, Брус и Варварин), већ функцију музеја преузимају друге установе културе, поливалентни центри, а негде и библиотеке.

4.2. Ток анкетног истраживања

Истраживачке методе примењене у овом раду су изложене у Поглављу „Уводна разматрања“, потпоглавље „Методолошки приступ“, те ћемо се овде задржати на мапирању стејкхолдера, дизајнирању упитника, структури упитника и њиховој дистрибуцији.

Мапирање стејкхолдера је извршено приступом на званичне странице градова и општина Рашког и Расинског округа. Таквом истраживачком методом се дошло до списка установа културе на територији ова два округа. Списак установа културе је детаљно наведен у Поглављу „Основе и потенцијали за културни туризам у Рашком и Расинском округу“. Од свих наведених установа у истраживачком фокусу су биле установе заштите, односно музеји, потом установе културе и поливалентне установе, и на крају библиотеке и позоришта. Међу запосленима у наведеним установама у фокусу су биле особе које се директно баве креирањем и разменом културних програма и

манифестација као и особама које имају контакт са публиком и туристима, али је дата могућност и другим запосленим особама да попуне упитнике, ако желе.

Дизајнирање и дистрибуција упитника је обављено преко платформе Google Forms да би се упитници ефикасније дистрибуирали електронским путем, али је након тога пребачено и у Word document како би се упитници делили посетиоцима културно-духовне манифестације „Јефимијини дани“ која је одржана у Трстенику од 12. до 14. јуна 2024. и посетиоцима других културних манифестација на територији Рашког и Расинског округа, у складу са претходно оствареним договором са колегама из установа које те манифестације организују: манифестација „Наслеђе краљице Јелене“ у организацији Центра за културу Градац, Фестивал уметност „Маглич“ у организацији Центра за културу Рибница, „Витешки мегдан у Лазаревом граду“ у организацији Туристичке организације града Крушевца, манифестација „Видовдан 2024.“ коју организују све установе културе у граду Крушевцу. Овако попуњени упитници су ауторки послани брзом поштом. Успостављање контаката са колегама ради дистрибуције упитника је обављено на основу претходних контаката остварених приликом размене програма или, уколико са колегама до сада никада није остварена сарадња (установе културе из Тутина), на основу препоруке заједничких колега и познаника. Ради дистрибуције упитника, контактирало се са менаџментом установа (углавном директори или руководиоци служби) који су даље дистрибуирали упитнике међу запосленима. Електронска дистрибуција упитника је вршена од маја до краја јула месеца 2024. године. Колеге из установа културе су попуњавале Упитник 1 и Упитник 2, док су грађани Републике Србије попуњавали Упитник 3. Упитник 3 је дистрибуиран путем друштвених мрежа и разних група на апликацијама за комуникацију путем интернета. Сви упитници, и у електронској форми и у штампаном облику, су сачувани и доступни су на увид и евиденцију.

Структура упитника

Прва два упитника су намењена запосленима у установама културе. У питању је Анкета о понуди установа културе – запослени у установама културе (у даљем тексту Упитник 1) и Анкета Перцепција туризма – запослени у установама културе (Упитник 2).

Упитник 1 се састоји од 42 питања и три дела. Први део Упитника 1 „Услуге у установама културе“ има 14 питања и обрађује информације о опремљености установа културе сталним поставкама и њиховој ажурираности, простору који установе имају за различите програме, као и да ли поседују веб страницу, аудио водиче и/или брошуре о

својој установи. Други део Упитника 1 „Посетиоци“ има 6 питања. Обрађује број посетилаца установа културе, од тог укупног броја колико је домаћих а колико иностраних, потом цене улазница, бенефите за чланове, као и да ли установе културе спроводе истраживања о ставовима посетилаца програма. Трећи део Упитника 1 „Менаџмент установа културе“ има 22 питања. Обрађује питање руководства у установама (да ли је директор из редова запослених, у ком је мандату, шта је по образовању и оцењује задовољство запослених у установама културе руководством), истражује годишње буџете установа намењене за маркетинг, аквизиције, конзервацију и модернизацију поставки.

Анкета Перцепција туризма – запослени у установама културе (у даљем тексту Упитник 2) има три дела и састоји се од 16 питања. Први део Упитника 2 „О вама“ прикупља социо-демографске податке о испитаницима. Има 7 питања која траже одговоре на питања ког је пола испитаник, колико има година, шта је по образовању, шта је по занимању и чиме се конкретно бави у оквиру своји радних задужења у установи у којој је запослен. Други део Упитника 2 „О активностима установа културе“ има шест питања. Прикупља ставове испитаника о манифестацији „Музеји за 10“, начинима рекламирања програма, претпоставкама запослених шта посетиоци очекују када дођу у установу, испитаници оцењују улогу своје установе у културно-туристичкој понуди. Трећи део, „Ставови према посетиоцима/туристима“, има три питања у оквиру којих би запослени у установама културе требало да изнесу своје ставове о туристима који посећују или би потенцијално посетили програме које њихова установа организује као и да ли њихова установа креира програме наменски за потребе туризма.

Анкета о перцепцији установа културе (у даљем тексту Упитник 3) је била намењена грађанима Републике Србије – посетиоцима културних програма као и потенцијалним посетиоцима. Упитник 3 се састоји из четири дела и 34 питања. Први део Упитника 3, „Социо-демографски подаци“, се састоји од шест питања која траже одговоре о полу и годинама испитаника, њиховом образовању и запослењу, месечним примањима, као и месту из кога долазе. Други део Упитника 3 проучава „Навике и слободно време“ испитаника и састоји се од пет питања. Овај део упитника се бави провођењем слободног времена испитаника и тражи одговоре на питања да ли путују, са ким путују, како воле да проводе своје време, која културна дешавања преферирају. Трећи део Упитника 3 „Мотиви посете програмима установа културе“ се састоји од 19 питања. У овом делу се од испитаника тражи да дају одговоре на питања колико често посећују установе културе, на које начине се информишу о културним дешавањима,

којим данима и у које време им највише одговара да посећују установе културе и програме које организују установе културе, као и да ли су некада посетили неку од установа културе на територији Рашког и Расинског округа. Последњи део Упитника 3, „Задовољство посетом“, има четири питања која оцењују општи утисак анкетираних о посети установа културе као и о установама културе на територији Рашког и Расинског округа.

4.3. Анализа и ограничење истраживања

Свако истраживање има своја ограничења, па горе представљени резултати истраживања се морају посматрати у складу са њима. Током истраживања „Менаџмент установа културе у функцији развоја културног туризма“ примећено је неколико ограничавајућих фактора који нису били узети у обзир током теоријске поставке истраживања. У питању су узорак испитаника, испитивана територија и временски опсег емпиријског истраживања.

Као ограничавајући фактор, током самог истраживања, уочен је ограничени узорак испитаника на територији одређеној за истраживање. Осим тога, додатни ограничавајући фактор била је разнородност установа које су обухваћене овим истраживањем те у том смислу није било једноставно формирати свеобухватне упитнике који ће бити релевантни за све испитанике који су узети као циљна група, конкретно лица која су задужена за програмску продукцију, креирање програма и рад са публиком. У формираним упитницима, анкетирани запосленици у установама културе Рашког и Расинског округа су имали одговорити на питања која се тичу статистике, буџета установе и маркетиншких пракси. Запослени у мањим установама су лакше долазили до увида у ове податке, од запослених у већим установама где су задаци и пословна задужења јасније подељени (запослени се баве само збиркама или само посетиоцима), ово из разлога јер у установама са мањим бројем запослених сви запослени обављају готове све задатке, те су детаљније упућени у пословање установе.

Када говоримо о узорку испитаника као о ограничавајућем фактору, у обзир се мора узети и начин дистрибуирања упитника. Упитници 1 и 2, који су намењени запосленима, су дистрибуирани посредством руководства установа, како би истраживање имало потпуну валоризацију. Како су упитници анонимни, ауторка није могла да има увид које су установе у потпуности одговориле на упитнике, а које нису, а

током разговора са колегама из појединих установа културе са територије Рашког и Расинског округа, добијена је информација да су неки директори селективно слали упитнике колегама, односно да до неких колегиница и колега упитници уопште нису ни дошли, те им је ауторка накнадно слала упитнике електронском поштом на личне мејл адресе. Ауторка истраживања није имала могућности да додатно истражује процес селекције као и начин одабира колега које су директори сматрали подобним за попуњавање упитника, али би то свакако била занимљива тема за неко друго истраживање.

Као посебан проблем појавило се попуњавање Упитника 1 у коме су запослени имали оценити менаџмент своје установе, конкретно тренутног директора. Упитник 1 је попунило 16% испитаника мање него Упитник 2, што може додатно преставити ограничавајући фактор у добијеним резултатима истраживања.

Следећи ограничавајући фактор који је узет у обзир је територија Рашког и Расинског округа. Ова територија је одабрана из разлога што се о њој писало јако мало, што на њеној територији, до сада, није спроведено истраживање ове врсте и на овај начин, и што је примарни циљ истраживања био научни допринос ове докторске дисертације у циљу развоја културног туризма на одабраној територији, али и свакој другој територији Републике Србије која поседује потенцијале за развој културног туризма а у којој културни туризам није довољно развијен. Како је у питању територија која је на самим рубовима државе, територија са својим особеним културолошким законитостима, дошло се до закључка да ставови запослених у установама културе који су попунили упитнике, не морају нужно представљати ставове других запослених у установама културе у осталим деловима Републике Србије где постоје неке друге културне праксе и законитости.

Као ограничавајући фактор емпиријског истраживања појавило се питање временског опсега када је истраживање вршено (мај – јул 2024). Овај тромесечни временски оквир је, пре почетка истраживања, одабран из разлога што се тада, у Рашком и Расинском округу, одржава велики број културних манифестација те се очекивао и повећан прилив посетилаца на тим манифестацијама, ergo ауторка је очекивала и веће могућности за дистрибуцију упитника међу публиком и запосленим колегама. Ипак, ово се показало као ограничавајући фактор јер су запослени у установама културе током трајања манифестације били „презаузети“, „преокупирани“ тражећи одлагање за дистрибуцију упитника, а након завршетка организовања манифестација су запослени у установама културе отишли на годишње одморе те су често били недоступни за

комуникацију. Осим овог ограничавајућег фактора, руководство једне установе није дало дозволу да се упитник дистрибуира међу запосленима, са руководством једне установе ауторка истраживања није успела да ступи у контакт, а у неформалном разговору са колегама запосленим у установама културе Рашког и Расинског округа (током трајања анкетног истраживања), ауторка је добила информацију да су поједини руководиоци установа бирали коме ће, од запослених, да пошаљу добијене упитнике.

4.4. Резултати истраживања

У овом делу ће бити представљени резултати истраживања добијени путем статистичке анализе у програму SPSS верзија 26 и STATISTICA верзија 12. Резултати истраживања ће бити приказани кроз тестирање постављених посебних хипотеза.

Наредна табела илуструје демографске карактеристике испитаника.

Карактеристике испитаника	Број испитаника		Проценат %		Укупно	
	Посетиоци	Запослени	Посетиоци	Запослени	број	%
Пол	**79**	**47**	**62,7**	**37,2**	**126**	**100**
Мушки	27	15	21,4	11,9	42	33,3
Женски	52	32	41,3	25,3	84	66,6
Старост	**79**	**47**	**62,7**	**37,2**	**126**	**100**
До 39	23	19	18,3	15	42	33,3
40 - 49	35	19	27,7	15	54	42,7
Преко 50	21	9	16,7	7,2	30	23,9
Образовање	**79**	**47**	**62,7**	**37,2**	**126**	**100**
Основна и средња	18	13	14,2	10,3	31	24,5
Факултет	35	22	27,8	17,4	57	45,2
Мастер/магистратура и докторат	26	12	20,7	9,5	38	30,2

Табела 14: демографске карактеристике испитианика. Извор: истраживање ауторке.

Упитнике који су били формулисани на основу стандардизоване модификоване методологије (према Кали, 2010. и Медић, 2015) су попуњавали запослени у установама културе на територији Рашког и Расинског округа (Упитник 1 и Упитник 2). Поред запослених, Упитник 3 су попуњавали грађани који су некада, током свог живота, посетили неку од установа културе на територији Рашког и Расинског округа, како је и наглашено у уводном делу Упитника 3. Упитнике 1 и 2, намењене запосленима у установама културе је попунило 47 испитаника. Упитник 3 је попунило 79 испитаника

који су испунили постављен услов да су некада посетили неку од установа на територији Рашког и Расинског округа. Укупно је сва три упитника попунило 126 испитаника.

Демографска структура испитаника је табеларно приказана у табели 14. Од 126 испитаника, женског пола је 84 (66,6%), а мушког пола 42 (33,3%). Када су особе женског пола у питању, од укупно 84 обрађених испитаника, међу запосленима у установама културе Рашког и Расинског округа особа женског пола је 32 (25,3%), а међу посетитељкама 52 (41,3%). Од запослених у установама културе особа мушког пола је 15 (11,9%), а од посетилаца 27 (21,4%).

Када је старост испитаника у питању, најмлађи испитаник има 20 година, а најстарији 70 година. Најстарија запослена особа, која је попунила упитник, има 63 године живота. Највише испитаника је старости између 40 и 49 година живота, укупно 54 (42,7%). У обрађеном узорку, од запослених у установама културе је 19 (15%), а у узорку испитаних посетилаца у овој старосној групи је 35 (27,7%). У старосној доби до 39 година живота је 33,3% испитаника укупно, односно 42 особе. Од овог броја 23 особе је до 39 година живота међу испитаним посетиоцима (18,3%) и 19 особа међу запосленим лицима (15%). У групи преко 50 година је најмање испитаника – њих тридесеторо, односно 23,9%. у овој групи, међу посетиоцима је 21 особа (16,7%), а међу запосленима деветоро (7,2%). Уколико посматрамо старост испитаника међу запосленим лицима, подједнак је број (њих 19) у старосној групи до 39 година живота и од 40 до 49 година живота. Ова подједнака старосна дистрибуција може дати добар увид ставове и мишљења различитих генерација запослених о пословању установа у којима раде.

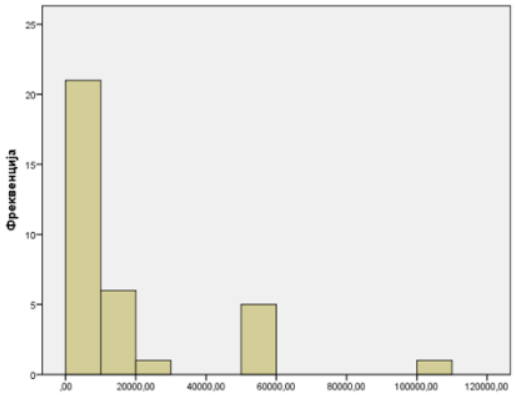
Што се образовања испитаника тиче, највише њих има завршен факултет: 57 испитаних особа, односно 45,2%. Од овог броја, међу запосленима је 22 особе (17,4%), а међу посетиоцима 35 испитаника (27,8%). Следећа образовна група са 30,2%, односно 38 особа, чине особе које имају мастер, магистратуру, односно докторат. Међу запосленима у овој образовној групи је 12 особа (9,5%), а међу посетиоцима 26 (20,7%). Најмање бројна образовна група испитаника је група особа које су завршиле основну и средњу школу, укупно 31 особа (24,5%). Међу запосленима је њих 13 (10,3%), а међу посетиоцима њих 18 (14,2), са напоменом да је међу посетиоцима само две особе навело да имају завршену само основну школу, док је међу запосленима најнижи степен образовања основна школа.

Хипотеза 1

Установе културе које су у својим програмским активностима усмерене на развој туризма (имају туризам у својој агенди/статуту, сарађују са локалном туристичком организацијом, планирају програме у складу са туристичким тржиштем) имају већи број туриста као посетиоце у односу на друге установе културе.

Просечан број посетилаца установе културе на годишњем нивоу је 14.184,41 (SD=22924,35). Најмањи броја посетилаца на годишњем нивоу је 40, а максимални је 100.000.

Да би се проверила нормалност дистрибуције коришћен је Колмогоров-Смирнов тест. Дистрибуција годишњег броја посетилаца установа културе се не може сматрати приближно нормалном, p<0,001.



Графикон 2: Дистрибуција годишњег броја посетилаца установе културе (извор: истраживање ауторке)

На ово питање је одговорило 34 запослена лица; од оних који су одговорили, њих шесторо (15,0%) је рекло да имају туризам у агенди/статуту своје установе културе, 25 (62,5%) је рекло да нема и деветоро (22,5%) да не зна.

Да би се провериле разлике по постојању туризма у агенди/статуту установе културе у односу на годишњи број посетилаца, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је постојању туризма у агенди/статуту установе културе, а зависна је годишњи број посетилаца.

	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Да	933,333	1540,346	150,000	150,000	1750,000	0,029
Не	20239,545	26292,143	10000,000	1000,000	50000,000	
Не знам	5233,333	9723,922	2000,000	250,000	7750,000	

Табела 15: Разлике по постојању туризма у агенди/статуту у односу на годишњем броју посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке.

Постоји значајна разлика по годишњем броју посетилаца у односу на постојање туризма у агенди/статуту установе, $\chi^2(2, n=34)=7,06$, $p=0,03$. Како би се установило међу којим установама долази до разлике, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности ($\alpha=0,017$). Постоји значајано мања медијана код установа које имају јасно наглашен туризам у агенди/статуту (Md=150,00) у поређењу са установама које немају истакнут туризам (Md=10000,00); U=23,50; Z=-2,39; p=0,014. Између осталих група установа нема значајних разлика, $p>0,017$.

Да би се провериле разлике по сарадњи установе са субјектима који послују у туризму у односу на годишњи број посетилаца, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла су субјекти који послују у туризму са којима установе културе сарађују, а зависна је годишњи број посетилаца установи културе.

Структура субјеката	f	%
локална туристичка организација	19	47,5
туристичка организација Србије	3	7,5
туристичка агенција	7	17,5
пружаоци услуга смештаја	4	10,0
пружаоци услуге исхране и пића	3	7,5
пружаоци услуге превоза	2	5,0
остало	2	5,0

Табела 16: Структура субјеката са којима сарађује установа културе. Извор: истраживање ауторке.

Установе културе највише сарађују са локалним туристичким организацијама (47,5%), затим са туристичким агенцијама (17,5%) и пружаоцима услуге смештаја (10,0%).

Структура субјеката	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Локална туристичка организација	5275,263	6953,509	3500,000	150,000	10000,000	0,009
Туристичка агенција	50142,857	28579,880	50000,000	50000,000	50000,000	
Пружаоци услуге хране и пића	8000,000	6244,998	10000,000	1000,000	10000,000	

Табела 17: Разлике по субјектима са којима се остварује сарадња у односу на годишњем броју посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке[26]

[26] Изостављени су они субјекти код којих је константа за број посетилаца.

Постоји значајна разлика по годишњем броју посетилаца у односу на субјекте са којима се остварује сарадња, $\chi^2(2, n=33)=13,56$, $p=0,01$. Како би се установило међу којим установама долази до разлике, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности ($\alpha=0,017$).

Постоји значајно мања медијана код установа које сарађују са локалном туристичком организацијом (Md=3500,00) у поређењу са установама које сарађују са туристичком агенцијом (Md=50000,00); U=10,50; Z=-3,26; $p<0,001$.

Између осталих група установа нема значајних разлика, $p>0,017$.

Из наведеног се закључује да није довољно да установе културе у својим програмским активностима и агенди, односно статуту, имају истакнут туризам како би имале повећан број посетилаца. Да би установе културе имале већи број посетилаца важно је да сарађују са туристичким агенцијама на локалном и националном нивоу, али и локалним туристичким организацијама како би подстакле развој културног туризма на територији коју својом делатношћу покривају.

Хипотеза 2

Установе културе које имају одговарајућу инфраструктуру (сталну поставку, обезбеђен паркинг за посетиоце, сувенирницу и слично) имају већи број посетилаца у односу на установе културе које немају одговарајућу инфраструктуру.

Од 40 запослених, 18 (45,0%) ради у установама културе у којима постоји стална поставка са историјом краја, а 22 (55,0%) у установама у којима таква поставка не постоји.

Да би се проверио утицај постојања сталне поставке у установи културе на годишњи број посетилаца, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је постојање сталне поставке у установи културе, а зависна је годишњи број посетилаца.

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике у броју посетилаца између установа културе које поседују сталну поставку и оних који је не поседују, $p>0,05$.

	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Постоји стална поставка	4217,692	7011,579	1000,000	150,000	5000,000	
Не постоји стална поставка	20354,286	27075,474	10000,000	1150,000	50000,000	0,113

Табела 18: Утицај постојања сталне поставке у установи културе на годишњи број посетилаца. Извор: истраживање ауторке.

Да би се провериле разлике по објектима у оквиру установе у односу на годишњи број посетилаца, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла су објекти у оквиру установе, а зависна варијабла је годишњи број посетилаца.

Врста објеката	**f**	**%**
сувенирница	4	10,0
кафић	15	37,5
ресторан	9	22,5
просторија за одлагање гардеробе	5	12,5
тоалети за посетиоце	7	17,5

Табела 19: Врста објекта који постоје у оквиру установе културе. Извор: истраживање ауторке.

Врста објеката	**M**	**SD**	**Md**	**Q1**	**Q3**	**p**
Сувенирница	6550,000	12307,315	550,000	100,000	19000,000	0,011
Кафић	4174,286	5335,738	2000,000	150,000	6250,000	
Ресторан	1760,000	1857,889	1000,000	150,000	3750,000	
Просторија за одлагање гардеробе	42306,000	39297,629	50000,000	5765,000	75000,000	
Тоалет за посетиоце	29550,000	22575,539	31500,000	8575,000	50000,000	

Табела 20: Утицај врсте објекта који постоје у оквиру установе културе на годишњи број посетилаца. Извор: истраживање ауторке.

Постоји значајна разлика по годишњем броју посетилаца у односу на објекте који постоје у оквиру установе културе, $\chi^2(4, n=34)=13,02$, $p=0,01$. Како би се установило међу којим установама долази до разлике, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности ($\alpha=0,005$). Код установа које поседују кафић (Md=2000,00) постоји значајно мања медијана броја посетилаца у односу на установе које поседују тоалет за посетиоце (Md=31500,00); U=9,50; Z=-2,69; p=0,005. Установе које поседују

ресторан (Md=1000,00) имају значајно мању медијану у броју посетилаца у поређењу са установама које поседују тоалет за посетиоце (Md=31500,00); U=0,00; Z=-2,77; p=0,004.

Између осталих група установа нема значајних разлика, p>0,005.

Резултати указују да је инфраструктура установа културе, која посетиоцима обезбеђује додатне садржаје, неопходна, а на првом месту је неопходно да установе културе имају приступачне и уређене тоалете, по могућству кафиће, ресторане или места за предах, и сувенирнице чијим производима могу да презентују културно-туристичку понуду локалне заједнице и саме установе културе.

Хипотеза 3

Запослени у установама културе који учествују у менаџменту установа културе немају позитиван став према културном туризму.

Разлике по полу

Од укупно 47 испитаника, 32 (68,1%) је жена и 15 (31,9%) мушкара.

Да би се провериле разлике по полу у односу на важност циљева установе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је пол, а зависне су оцене важности циљева установе на скали распона од 1 до 5, где мањи број означава мању важност присутног циља.

Тврдња	Пол	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Представљање локалног културно-историјског наслеђа туристима	женски	4,625	0,744	5,000	4,250	5,000	0,792
	мушки	4,513	0,790	5,000	4,000	5,000	
Представљање локалног културно-историјског наслеђа члановима локалне заједнице	женски	4,375	0,744	4,500	4,000	5,000	0,350
	мушки	4,564	0,882	5,000	5,000	5,000	
Очување културно-историјског наслеђа	женски	4,625	0,744	5,000	4,250	5,000	0,411
		4,897	0,447	5,000	5,000	5,000	
Едукација локалних посетиоца	женски	4,375	0,744	4,500	4,000	5,000	0,118
	мушки	4,795	0,615	5,000	5,000	5,000	
Едукација туриста	женски	4,375	0,744	4,500	4,000	5,000	0,835
	мушки	4,333	0,982	5,000	3,000	5,000	

Табела 21: Разлике по полу у односу на важност циљева установе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између мушкараца и жена по перцепцији важности циљева установе, p>0,05.

Како би се тестирале разлике по полу у односу на ставове о маркетингу установе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је пол, а зависне су ставови о маркетингу установе који су оцењивани на скали распона од 1 до 5, где мањи број означава мању сагласност са тврдњом.

Тврдња	Пол	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Наши програми су главна туристичка атракција у заједници	женски	3,250	1,035	3,500	3,000	4,000	0,857
	мушки	3,231	1,327	3,000	2,000	5,000	
Желимо да привучемо туристе у нашу установу	женски	4,500	0,756	5,000	4,000	5,000	0,569
	мушки	4,103	1,209	5,000	3,000	5,000	
Организујемо посебне изложбе у циљу привлачења туриста	женски	3,750	0,886	4,000	3,250	4,000	0,813
	мушки	1,332	3,000	5,000	4,000	4,000	
Како бисмо привукли туристе надмећемо се са другим туристичким атракцијама	женски	3,375	1,302	4,000	2,250	4,000	0,588
	мушки	3,154	1,288	3,000	2,000	4,000	
Бројност посетилаца указује на успешност програмских садржаја установа културе	женски	2,625	1,188	2,000	2,000	4,000	0,019
	мушки	3,821	1,254	4,000	3,000	5,000	
Бројност туриста указује на успешност програмских садржаја установе културе	женски	2,875	1,642	2,500	1,250	4,750	0,461
	мушки	3,308	1,321	3,000	3,000	5,000	
Због улагања средстава у туристичку промоцију смањен нам је буџет за истраживање и заштиту	женски	3,250	1,282	3,500	2,250	4,000	0,647
	мушки	3,077	1,285	3,000	2,000	4,000	
Маркетинг усмерен ка туризму нас је подстакао да повећамо напоре у циљу пружања позитивног искуства посетиоцима	женски	3,250	1,165	3,000	3,000	4,000	0,749
	мушки	3,462	1,295	3,000	3,000	5,000	
Туристички сектор је од суштинског значаја за нашу делатност	женски	2,875	1,458	3,000	1,250	4,000	0,945
	мушки	2,846	1,387	3,000	2,000	4,000	
Установа културе добровољно учествује у туристичким иницијативама	женски	3,500	1,414	4,000	2,250	4,750	0,588
	мушки	3,846	1,089	4,000	3,000	5,000	
Наша установа истражује потенцијале за кутурно-туристичку промоцију	женски	3,625	1,302	4,000	3,000	4,750	0,728
	мушки	3,564	1,119	3,000	3,000	5,000	
Због партнерства са ЛТО привлачимо више посетилаца	женски	4,250	1,035	4,500	4,000	5,000	0,531
	мушки	3,974	1,038	4,000	3,000	5,000	
Због сарадње са осталим туристичким атракцијама привлачимо више туриста	женски	4,125	0,835	4,000	3,250	5,000	0,550
	мушки	3,769	1,202	4,000	3,000	5,000	
	женски	4,000	1,069	4,000	3,250	5,000	0,749

Сарадња са другим туристичким стејкхолдерима је има значаја за повећан број туриста	мушки	3,769	1,266	4,000	3,000	5,000	
Наша установа културе доприноси повољнијој пословној клими	женски	4,000	1,414	4,500	3,250	5,000	0,835
	мушки	4,103	0,882	4,000	3,000	5,000	
Наша установа културе доприноси повољнијој клими за оснивање нових предузећа	женски	2,500	1,414	3,000	1,000	3,000	0,059
	мушки	3,538	1,047	3,000	3,000	5,000	
Наша установа културе доприноси повезивању чланова локалне заједнице	женски	4,125	0,835	4,000	3,250	5,000	0,427
	мушки	4,359	0,903	5,000	4,000	5,000	
Наша установа културе доприноси животном стандарду чланова локалне заједнице	женски	3,875	1,126	4,000	3,000	5,000	0,295
	мушки	4,333	0,898	5,000	3,000	5,000	
Наша установа културе доприноси да град буде атрактивнији за будуће становнике	женски	4,000	0,756	4,000	3,250	4,750	0,708
	мушки	4,000	1,214	5,000	3,000	5,000	
Посебно ценимо туристе јер се дуже задржавају у нашој установи културе него остали посетиоци	женски	4,250	0,886	4,500	3,250	5,000	0,118
	мушки	3,410	1,332	3,000	3,000	5,000	
Посебно ценимо туристе јер више финансијски доприносу нашој установи културе него остали посетиоци	женски	3,375	1,598	4,000	1,500	4,750	0,335
	мушки	2,769	1,547	3,000	1,000	4,000	
Туристи показују више интересовања за изложбе него локални посетиоци	женски	3,000	1,309	3,000	2,000	4,000	0,711
	мушки	3,154	1,309	3,000	2,000	4,000	
Туристи више купују сувенире у односу на остале посетиоце	женски	3,500	0,926	3,500	3,000	4,000	0,607
	мушки	3,128	1,592	3,000	1,000	5,000	
Туристи не показују интересовање за изложене предмете и програмске активности	женски	2,125	0,991	2,000	1,250	2,750	0,395
	мушки	2,564	1,294	3,000	1,000	3,000	
Чланови локалне заједнице имају већи степен поштовања за локално културно наслеђе у односу на туристе	женски	2,625	1,302	2,000	2,000	3,750	0,082
	мушки	3,538	1,315	4,000	3,000	5,000	
Туристи више цене запослене у установама културе него припадници локалне заједнице	женски	3,000	1,309	3,000	2,000	4,000	0,607
	мушки	2,744	1,464	3,000	1,000	4,000	
Припадници локалне заједнице више уважавају доступне податке о културно-историјском наслеђу него туристи	женски	2,250	1,165	2,500	1,000	3,000	0,321
	мушки	2,923	1,546	3,000	1,000	5,000	

Табела 22: Разлике по полу у односу на перцепцију маркетинга установе. Извор: истраживање ауторке

Жене (Md=2) имају значајно нижу медијану у односу на мушкарце (Md=4) по сагласности са тврдњом „Бројност посетилаца указује на успешност програмских садржаја установа културе“, U=74,50, Z=-2,39, p=0,02. Мушкарци и жене се не разликују

значајно по сагласности са осталим тврдњама које се односе на маркетинг установе, p>0,05.

Како би се тестирале разлике по полу у односу на ставове према присуству туриста, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је пол, а зависне су ставови према присуству туриста који су оцењивани на скали распона од 1 до 5, где је 1 најнижа оцена а 5 највиша.

Тврдња	Пол	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Присуство туриста обезбеђује нове изворе прихода	женски	3,500	1,069	3,000	3,000	4,750	0,478
	мушки	3,744	1,482	5,000	3,000	5,000	
Већи број туриста повећава притисак на доступне културне ресурсе	женски	3,125	1,553	3,000	1,500	4,750	0,749
	мушки	3,308	1,379	3,000	3,000	4,000	
Већи број туриста омета друге посетиоце и чланове локалне заједнице	женски	2,500	1,309	2,500	1,250	3,000	0,588
	мушки	2,308	1,454	2,000	1,000	3,000	
Већи број туриста негативно утиче на установу културе	женски	2,000	1,512	1,000	1,000	3,000	0,989
	мушки	2,026	1,530	1,000	1,000	3,000	
Већи број туриста претвара установу културе у привлачније место за посету	женски	3,875	1,126	4,000	3,000	5,000	0,607
	мушки	4,051	1,169	4,000	3,000	5,000	
Присуство туриста омета правилно чување артефаката	женски	1,875	1,246	1,000	1,000	3,000	0,627
	мушки	2,231	1,495	1,000	1,000	3,000	
Присуство туриста ремети напоре за конзервацију	женски	1,875	0,991	1,500	1,000	3,000	0,771
	мушки	2,231	1,547	1,000	1,000	3,000	
Присуство туриста изазива више штете локалитету него присуство локалних посетилаца	женски	2,000	1,512	1,000	1,000	3,000	0,792
	мушки	2,154	1,496	1,000	1,000	3,000	

Табела 23: Разлике по полу у односу на ставове према присуству туриста. Извор: истраживање ауторке

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између мушкараца и жена по ставовима према присуству туриста, p>0,05.

Разлике по старости

У просеку, испитаници су у средњим годинама (M=45,40; SD=10,47). Најмлађи испитаник има 20 година, а најстарији 63 године.

Како би се тестирале разлике по старости испитаника у односу на важност циљева установе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је старост испитаника која је категорисана на следећи начин: од 20 до 39 година, од 40 до 49 и 50 и више

година.[27] Зависне варијабле су оцене важности циљева установе на скали распона од 1 до 5, где мањи број означава мању важност присутног циља.

У групу од 20 до 39 година старост припада 19 (40,2%) испитаника, од 40 до 49 година има 19 (40,2%) испитаника и 50 и више година има 9 (19,6%) испитаника.

Тврдња	Старост	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Представљање локалног културно-историјског наслеђа туристима	20-39	4,600	0,737	5,000	4,000	5,000	0,911
	40-49	4,438	0,892	5,000	3,250	5,000	
	≥50	4,563	0,727	5,000	4,000	5,000	
Представљање локалног културно-историјског наслеђа члановима локалне заједнице	20-39	4,667	0,724	5,000	5,000	5,000	0,403
	40-49	4,500	1,095	5,000	5,000	5,000	
	≥50	4,438	0,727	5,000	4,000	5,000	
Очување културно-историјског наслеђа	20-39	4,933	0,258	5,000	5,000	5,000	0,759
	40-49	4,875	0,500	5,000	5,000	5,000	
	≥50	4,750	0,683	5,000	5,000	5,000	
Едукација локалних посетиоца	20-39	5,000	0,000	5,000	5,000	5,000	0,084
	40-49	4,625	0,806	5,000	5,000	5,000	
	≥50	4,563	0,727	5,000	4,000	5,000	
Едукација туриста	20-39	4,600	0,737	5,000	4,000	5,000	0,452
	40-49	4,188	1,167	5,000	3,000	5,000	
	≥50	4,250	0,856	4,500	3,250	5,000	

Табела 24: Разлике по старости испитаника у односу на важност циљева установе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по старости у односу на перцепцију важности циљева установе, $p>0,05$.

Како би се тестирале разлике по старости испитаника у односу на ставове о маркетингу установе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је старост испитаника, а зависне су ставови о маркетингу установе који су оцењивани на скали распона од 1 до 5, где мањи број означава мању сагласност са тврдњом.

Тврдња	Старост	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Наши програми су главна туристичка атракција у заједници	20-39	3,400	1,298	3,000	2,000	5,000	0,840
	40-49	3,063	1,569	3,000	1,250	4,750	
	≥50	3,250	0,931	3,000	3,000	3,750	
Желимо да привучемо туристе у нашу установу	20-39	4,733	0,458	5,000	4,000	5,000	0,071
	40-49	3,938	1,569	5,000	2,250	5,000	
	≥50	3,875	0,957	3,500	3,000	5,000	
Организујемо посебне изложбе у циљу привлачења туриста	20-39	4,333	0,976	5,000	4,000	5,000	0,083
	40-49	3,438	1,672	4,000	2,000	5,000	
	≥50	3,500	0,816	3,000	3,000	4,000	

[27] Категоризовано је на основу фреквенција. Од 20 до 30 година је само 4 испитаника, а преко 60 је само 5 испитаника.

Како бисмо привукли туристе надмећемо се са другим туристичким атракцијама	20-39	3,333	1,113	3,000	2,000	4,000	0,903
	40-49	3,125	1,668	4,000	1,000	4,750	
	≥50	3,125	1,025	3,000	3,000	3,750	
Бројност посетилаца указује на успешност програмских садржаја установа културе	20-39	3,600	1,639	4,000	2,000	5,000	0,123
	40-49	4,063	1,063	4,000	3,250	5,000	
	≥50	3,188	1,109	3,000	2,250	4,000	
Бројност туриста указује на успешност програмских садржаја установе културе	20-39	3,400	1,639	4,000	2,000	5,000	0,689
	40-49	3,000	1,317	3,000	2,000	4,000	
	≥50	3,313	1,195	3,000	3,000	4,750	
Због улагања средстава у туристичку промоцију смањен нам је буџет за истраживање и заштиту	20-39	3,133	1,302	3,000	2,000	4,000	0,772
	40-49	2,938	1,526	3,000	1,250	4,750	
	≥50	3,250	1,000	3,000	3,000	4,000	
Маркетинг усмерен ка туризму нас је подстакао да повећамо напоре у циљу пружања позитивног искуства посетиоцима	20-39	3,533	1,407	3,000	3,000	5,000	0,844
	40-49	3,250	1,528	3,000	2,000	5,000	
	≥50	3,500	0,816	3,000	3,000	4,000	
Туристички сектор је од суштинског значаја за нашу делатност	20-39	3,200	1,521	3,000	2,000	5,000	0,164
	40-49	2,313	1,448	2,000	1,000	4,000	
	≥50	3,063	1,063	3,000	2,250	3,750	
Установа културе добровољно учествује у туристичким иницијативама	20-39	4,333	0,900	5,000	4,000	5,000	0,060
	40-49	3,563	1,365	3,500	2,250	5,000	
	≥50	3,500	0,966	3,500	3,000	4,000	
Наша установа истражује потенцијале за кутурно-туристичку промоцију	20-39	3,867	1,060	4,000	3,000	5,000	0,368
	40-49	3,188	1,424	3,000	2,250	4,750	
	≥50	3,688	0,793	3,500	3,000	4,000	
Због партнерства са ЛТО привлачимо више посетилаца	20-39	4,200	1,014	5,000	3,000	5,000	0,585
	40-49	4,000	1,211	4,500	3,000	5,000	
	≥50	3,875	0,885	4,000	3,000	5,000	
Због сарадње са осталим туристичким атракцијама привлачимо више туриста	20-39	4,200	0,941	4,000	4,000	5,000	0,277
	40-49	3,625	1,544	4,000	3,000	5,000	
	≥50	3,688	0,793	3,500	3,000	4,000	
Сарадња са другим туристичким стејкхолдерима је има значаја за повећан број туриста	20-39	4,000	1,363	5,000	2,000	5,000	0,478
	40-49	3,813	1,471	4,500	3,000	5,000	
	≥50	3,625	0,806	3,000	3,000	4,000	
Наша установа културе доприноси повољнијој пословној клими	20-39	4,133	1,187	5,000	3,000	5,000	0,257
	40-49	4,313	0,793	4,500	4,000	5,000	
	≥50	3,813	0,911	3,500	3,000	5,000	
Наша установа културе доприноси повољнијој клими за оснивање нових предузећа	20-39	3,200	1,424	3,000	2,000	4,000	0,890
	40-49	3,500	1,211	3,000	3,000	5,000	
	≥50	3,375	0,885	3,000	3,000	3,750	

Наша установа културе доприноси повезивању чланова локалне заједнице	20-39	4,533	0,915	5,000	4,000	5,000	0,008
	40-49	4,625	0,719	5,000	4,250	5,000	
	≥50	3,813	0,834	4,000	3,000	4,750	
Наша установа културе доприноси животном стандарду чланова локалне заједнице	20-39	4,533	0,990	5,000	5,000	5,000	0,130
	40-49	4,313	0,873	5,000	3,250	5,000	
	≥50	3,938	0,929	4,000	3,000	5,000	
Наша установа културе доприноси да град буде атрактивнији за будуће становнике	20-39	4,200	1,146	5,000	4,000	5,000	0,622
	40-49	3,875	1,360	4,500	3,000	5,000	
	≥50	3,938	0,929	4,000	3,000	5,000	
Посебно ценимо туристе јер се дуже задржавају у нашој установи културе него остали посетиоци	20-39	3,733	1,163	3,000	3,000	5,000	0,821
	40-49	3,313	1,702	3,000	1,250	5,000	
	≥50	3,625	0,957	3,000	3,000	4,750	
Посебно ценимо туристе јер више финансијски доприносе нашој установи културе него остали посетиоци	20-39	2,467	1,642	2,000	1,000	4,000	0, 369
	40-49	2,875	1,821	2,500	1,000	5,000	
	≥50	3,250	1,125	3,000	3,000	4,000	
Туристи показују више интересовања за програме него припадници локалне заједнице	20-39	3,467	1,407	4,000	2,000	5,000	0,137
	40-49	2,563	1,413	3,000	1,000	3,000	
	≥50	3,375	0,885	3,000	3,000	4,000	
Туристи више купују сувенире у односу на остале посетиоце	20-39	3,467	1,807	5,000	1,000	5,000	0,433
	40-49	2,813	1,601	3,000	1,000	4,750	
	≥50	3,313	1,014	3,000	3,000	4,000	
Туристи не показују интересовање за изложене предмете и програмске активности	20-39	2,400	1,183	2,000	1,000	3,000	0,506
	40-49	2,313	1,493	2,000	1,000	3,000	
	≥50	2,750	1,065	3,000	2,000	3,000	
Чланови локалне заједнице имају већи степен поштовања за локално културно наслеђе у односу на туристе	20-39	3,333	1,633	4,000	2,000	5,000	0,436
	40-49	3,688	1,302	4,000	3,000	5,000	
	≥50	3,125	1,088	3,000	2,250	4,000	
Туристи више цене запослене у установама културе него припадници локалне заједнице	20-39	3,267	1,534	3,000	2,000	5,000	0,180
	40-49	2,313	1,401	2,000	1,000	3,000	
	≥50	2,813	1,276	3,000	2,000	3,750	
Припадници локалне заједнице више уважавају доступне податке о културно-историјском наслеђу него туристи	20-39	2,733	1,580	2,000	1,000	5,000	0,880
	40-49	3,000	1,751	3,000	1,000	5,000	
	≥50	2,688	1,195	3,000	2,000	3,000	

Табела 25: Разлике по старости испитаника у односу на перцепцију маркетинга установе. Извор: истраживање ауторке

Постоји значајна разлика по сагласности са тврдњом „Наша установа културе доприноси повезивању чланова локалне заједнице“ у односу на старост испитаника, $\chi^2(2, n=47)=9{,}55$, $p=0.01$. Да би се утврдило између којих старосних група настаје разлика,

коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности (α=0,017). Испитаници од 40 до 49 година (Md=5.00; IQR=4,25-5,00) имају значајно већу медијану на тврдњи „Наша установа културе доприноси повезивању чланова локалне заједнице“ у односу на испитанике од 50 и више година (Md=4.00; IQR=3,00-4,75), p=0,012. Разлике између осталих категорија старости нису значајне, p>0,017.

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по старости у односу на остале ставове у односу на маркетинг установе, p>0,05.

Како би се тестирале разлике по старости испитаника у односу на ставове према присуству туриста, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је старост испитаника, а зависне су ставови према присуству туриста који су оцењивани на скали распона од 1 до 5, где мањи број означава мању сагласност са тврдњом.

Тврдња	Старост	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Присуство туриста обезбеђује нове изворе прихода	20-39	3,933	1,438	5,000	3,000	5,000	0,628
	40-49	3,438	1,590	3,000	2,250	5,000	
	≥50	3,750	1,238	3,000	3,000	5,000	
Већи број туриста повећава притисак на доступне културне ресурсе	20-39	3,133	1,552	4,000	1,000	4,000	0,395
	40-49	2,938	1,611	3,000	1,000	4,750	
	≥50	3,750	0,856	3,500	3,000	4,750	
Већи број туриста омета друге посетиоце и чланове локалне заједнице	20-39	2,400	1,404	2,000	1,000	3,000	0,063
	40-49	1,750	1,183	1,000	1,000	2,750	
	≥50	2,875	1,500	3,000	1,250	4,500	
Већи број туриста негативно утиче на установу културе	20-39	1,533	1,407	1,000	1,000	1,000	0,029
	40-49	1,750	1,291	1,000	1,000	2,750	
	≥50	2,750	1,612	3,000	1,000	4,500	
Већи број туриста претвара установу културе у привлачније место за посету	20-39	4,200	1,082	5,000	4,000	5,000	0,691
	40-49	3,875	1,500	5,000	3,000	5,000	
	≥50	4,000	0,817	4,000	3,000	5,000	
Присуство туриста омета правилно очување артефаката	20-39	1,733	1,280	1,000	1,000	3,000	0,060
	40-49	1,875	1,310	1,000	1,000	3,000	
	≥50	2,875	1,544	3,000	1,000	4,500	
Присуство туриста ремети напоре за конзервацију	20-39	1,867	1,407	1,000	1,000	3,000	0,041
	40-49	1,688	1,138	1,000	1,000	2,000	
	≥50	2,938	1,569	3,000	1,000	4,750	
Туристи имају негативнији утицај на локалитете у односу на чланове локалне заједнице	20-39	1,867	1,506	1,000	1,000	4,000	0,121
	40-49	1,750	1,183	1,000	1,000	2,750	
	≥50	2,750	1,612	3,000	1,000	4,500	

Табела 26: Разлике по старости испитаника у односу на ставове према присуству туриста. Извор: истраживање ауторке

Постоји значајна разлика по сагласности са тврдњом „Већи број туриста негативно утиче на установу културе“ у односу на старост испитаника, $\chi^2(2, n=47)=7,11$, p=0.03. Да би се утврдило између којих старосних група настаје разлика, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности (α=0,017). Разлике нису значајне ни између једне старосне групе, p>0,017.

Постоји значајна разлика по сагласности са тврдњом „Присуство туриста ремети напоре за конзервацију“ у односу на старост испитаника, $\chi^2(2, n=47)=6,39$, $p=0.04$. Да би се утврдило између којих старосних група настаје разлика, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности ($\alpha=0,017$). Разлике нису значајне ни између једне старосне групе, $p>0,017$.

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по старости у односу на остале ставове према присуству туриста, $p>0,05$.

Разлике по образовању

Како би се тестирале разлике по образовању испитаника у односу на важност циљева установе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је образовање, а зависне варијабле су оцене важности циљева установе на скали распона од 1 до 5, где мањи број означава мању важност присутног циља.

Ниво образовања	f	%
Средња школа	13	27,7
Факултет	22	46,9
Магистратура/Матер	10	21,3
Доктор наука	2	4,3

Табела 27: Образовна структура испитаника запослених у установама културе. Извор: истраживање ауторке

У узорку, највише испитаника је завршило високу школу, 20 (42,6%). Најмањи број испитаника има завршену вишу школу, 2 (4,3%) и докторске студије, 2 (4,3%).

Тврдња	Образовање	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Представљање локалног културно-историјског наслеђа туристима	Средња школа	4,769	0,599	5,000	5,000	5,000	0,413
	Факултет	4,455	0,800	5,000	4,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,417	0,900	5,000	3,250	5,000	
Представљање локалног културно-историјског наслеђа члановима локалне заједнице	Средња школа	4,538	1,127	5,000	5,000	5,000	0,692
	Факултет	4,591	0,666	5,000	4,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,417	0,900	5,000	3,250	5,000	
Очување културно-историјског наслеђа	Средња школа	5,000	0,000	5,000	5,000	5,000	0,347
	Факултет	4,818	0,588	5,000	5,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,750	0,622	5,000	5,000	5,000	
Едукација локалних посетиоца	Средња школа	4,692	0,751	5,000	5,000	5,000	0,992
	Факултет	4,727	0,631	5,000	5,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,750	0,622	5,000	5,000	5,000	
Едукација туриста	Средња школа	4,769	0,599	5,000	5,000	5,000	0,071
	Факултет	4,045	1,046	4,000	3,000	5,000	

	Постдипломске студије	4,417	0,900	5,000	3,250	5,000	

Табела 28: Разлике по образовању испитаника у односу на важност циљева установе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по образовању у односу на ставове о важности циљева установе, p>0,05.

Како би се тестирале разлике по образовању испитаника у односу на ставове о маркетингу установе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је образовање испитаника, а зависне су ставови о маркетингу установе који су оцењивани на скали распона од 1 до 5, где мањи број означава мању сагласност са тврдњом.

Тврдња	Образовање	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Наши програми су главна туристичка атракција у заједници	Средња школа	3,385	1,261	3,000	3,000	5,000	0,941
	Факултет	3,136	1,320	3,000	2,000	4,000	
	Постдипломске студије	3,250	1,288	3,000	2,250	4,750	
Желимо да привучемо туристе у нашу установу	Средња школа	4,000	1,155	5,000	3,000	5,000	0,470
	Факултет	4,045	1,327	5,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,583	0,669	5,000	4,000	5,000	
Организујемо посебне изложбе у циљу привлачења туриста	Средња школа	3,923	1,115	4,000	3,000	5,000	0,405
	Факултет	3,455	1,405	3,500	2,750	5,000	
	Постдипломске студије	4,083	1,084	4,500	3,000	5,000	
Како бисмо привукли туристе надмећемо се са другим туристичким атракцијама	Средња школа	3,308	1,316	3,000	3,000	4,500	0,782
	Факултет	3,227	1,378	3,000	2,000	4,250	
	Постдипломске студије	3,000	1,128	3,000	2,000	4,000	
Бројност посетилаца указује на успешност програмских садржаја установа културе	Средња школа	3,769	1,166	4,000	3,000	5,000	0,331
	Факултет	3,864	1,082	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,000	1,706	2,500	1,250	5,000	
Бројност туриста указује на успешност програмских садржаја установе културе	Средња школа	3,615	1,121	4,000	3,000	4,500	0,378
	Факултет	3,227	1,270	3,000	2,000	4,250	
	Постдипломске студије	2,833	1,749	2,500	1,000	5,000	
Због улагања средстава у туристичку промоцију смањен нам је буџет за истраживање и заштиту	Средња школа	3,154	1,068	3,000	3,000	3,500	0,957
	Факултет	3,136	1,283	3,000	2,000	4,000	
	Постдипломске студије	3,000	1,537	3,000	1,250	4,750	
Маркетинг усмерен ка туризму нас је подстакао да повећамо напоре у циљу пружања позитивног искуства посетиоцима	Средња школа	3,769	1,013	3,000	3,000	5,000	0,588
	Факултет	3,273	1,162	3,000	3,000	4,000	
	Постдипломске студије	3,333	1,670	3,000	1,500	5,000	
Туристички сектор је од суштинског значаја за нашу делатност	Средња школа	3,231	1,166	3,000	2,500	4,000	0,477
	Факултет	2,773	1,378	3,000	1,000	4,000	
	Постдипломске студије	2,583	1,621	2,000	1,000	4,500	
Установа културе добровољно учествује у туристичким иницијативама	Средња школа	3,846	1,281	4,000	3,000	5,000	0,408
	Факултет	3,636	0,953	4,000	3,000	4,000	
	Постдипломске студије	4,000	1,348	4,500	3,250	5,000	
	Средња школа	3,923	1,038	3,000	3,000	5,000	0,396

Наша установа истражује потенцијале за кутурно-туристичку промоцију	Факултет	3,318	1,129	3,000	3,000	4,000	
	Постдипломске студије	3,667	1,231	3,500	3,000	5,000	
Због партнерства са ЛТО привлачимо више посетилаца	Средња школа	4,154	0,899	4,000	3,000	5,000	0,717
	Факултет	4,045	1,133	4,500	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,833	1,030	4,000	3,000	5,000	
Због сарадње са осталим туристичким атракцијама привлачимо више туриста	Средња школа	4,000	1,000	4,000	3,000	5,000	0,827
	Факултет	3,636	1,364	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,000	0,853	4,000	3,000	5,000	
Сарадња са другим туристичким стејкхолдерима је има значаја за повећан број туриста	Средња школа	3,846	1,144	3,000	3,000	5,000	0,990
	Факултет	3,773	1,270	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,833	1,337	4,500	2,250	5,000	
Наша установа културе доприноси повољнијој пословној клими	Средња школа	3,846	0,899	4,000	3,000	5,000	0,342
	Факултет	4,136	0,889	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,250	1,215	5,000	4,000	5,000	
Наша установа културе доприноси повољнијој клими за оснивање нових предузећа	Средња школа	3,462	1,127	3,000	3,000	5,000	0,768
	Факултет	3,273	1,162	3,000	3,000	4,250	
	Постдипломске студије	3,417	1,311	4,000	3,000	4,000	
Наша установа културе доприноси повезивању чланова локалне заједнице	Средња школа	4,154	0,899	4,000	3,000	5,000	0,391
	Факултет	4,273	0,935	5,000	3,750	5,000	
	Постдипломске студије	4,583	0,793	5,000	4,250	5,000	
Наша установа културе доприноси животном стандарду чланова локалне заједнице	Средња школа	4,000	1,000	4,000	3,000	5,000	0,439
	Факултет	4,318	0,839	5,000	3,750	5,000	
	Постдипломске студије	4,417	1,084	5,000	3,500	5,000	
Наша установа културе доприноси да град буде атрактивнији за будуће становнике	Средња школа	4,000	1,000	4,000	3,000	5,000	0,390
	Факултет	3,773	1,343	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,417	0,793	5,000	4,000	5,000	
Посебно ценимо туристе јер се дуже задржавају у нашој установи културе него остали посетиоци	Средња школа	3,615	1,193	3,000	3,000	5,000	0,131
	Факултет	3,182	1,368	3,000	2,750	4,250	
	Постдипломске студије	4,167	1,115	5,000	3,000	5,000	
Посебно ценимо туристе јер више финансијски доприносу нашој установи културе него остали посетиоци	Средња школа	3,308	1,548	3,000	2,000	5,000	0,423
	Факултет	2,591	1,532	3,000	1,000	4,000	
	Постдипломске студије	2,917	1,621	3,000	1,000	4,750	
Туристи показују више интересовања за програме него припадници локалне заједнице	Средња школа	3,462	0,877	3,000	3,000	4,000	0,541
	Факултет	3,045	1,463	3,500	1,000	4,000	
	Постдипломске студије	2,917	1,379	2,500	2,000	4,500	
Туристи више купују сувенире у односу на остале посетиоце	Средња школа	3,385	1,261	3,000	3,000	5,000	0,634
	Факултет	2,955	1,588	3,000	1,000	4,250	
	Постдипломске студије	3,417	1,621	3,500	2,000	5,000	
Туристи не показују интересовање за изложене предмете и програмске активности	Средња школа	2,538	1,450	3,000	1,000	3,000	0,471
	Факултет	2,682	1,323	3,000	1,750	3,250	
	Постдипломске студије	2,083	0,793	2,000	1,250	3,000	
Чланови локалне заједнице имају већи степен поштовања за локално	Средња школа	2,923	1,256	3,000	2,000	3,500	0,184
	Факултет	3,773	1,110	4,000	3,000	5,000	

културно наслеђе у односу на туристе	Постдипломске студије	3,167	1,697	3,500	1,250	5,000	
Туристи више цене запослене у установама културе него припадници локалне заједнице	Средња школа	2,846	1,463	3,000	1,500	4,000	0,739
	Факултет	2,909	1,540	3,000	1,000	4,250	
	Постдипломске студије	2,500	1,243	2,000	2,000	3,750	
Припадници локалне заједнице више уважавају доступне податке о културно-историјском наслеђу него туристи	Средња школа	2,385	1,502	3,000	1,000	3,000	0,442
	Факултет	3,045	1,495	3,000	1,750	5,000	
	Постдипломске студије	2,833	1,528	2,000	2,000	4,750	

Табела 29: Разлике по образовању испитаника у односу на перцепцију маркетинга установе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по образовању у односу на ставове о маркетингу установе, $p>0,05$.

Како би се тестирале разлике по образовању испитаника у односу на ставове према присуству туриста, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је образовање испитаника, а зависне су ставови према присуству туриста који су оцењивани на скали распона од 1 до 5, где мањи број означава мању сагласност са тврдњом.

Тврдња	Образовање	M	SD	Md	Q1	Q3	p
Присуство туриста обезбеђује нове изворе прихода	Средња школа	3,846	1,519	5,000	3,000	5,000	0,817
	Факултет	3,591	1,403	3,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,750	1,422	4,000	3,000	5,000	
Већи број туриста повећава притисак на доступне културне ресурсе	Средња школа	3,538	1,450	4,000	2,500	5,000	0,242
	Факултет	2,955	1,327	3,000	1,750	4,000	
	Постдипломске студије	3,583	1,443	4,000	3,000	5,000	
Већи број туриста омета друге посетиоце и чланове локалне заједнице	Средња школа	3,000	1,871	3,000	1,000	5,000	0,256
	Факултет	1,955	1,133	1,500	1,000	3,000	
	Постдипломске студије	2,333	1,155	2,000	1,250	3,000	
Већи број туриста негативно утиче на установу културе	Средња школа	2,923	1,935	3,000	1,000	5,000	0,102
	Факултет	1,682	1,129	1,000	1,000	3,000	
	Постдипломске студије	1,667	1,303	1,000	1,000	2,500	
Већи број туриста претвара установу културе у привлачније место за посету	Средња школа	4,462	0,877	5,000	3,500	5,000	0,137
	Факултет	3,636	1,364	4,000	2,750	5,000	
	Постдипломске студије	4,250	0,754	4,000	4,000	5,000	
Присуство туриста омета правилно очување артефаката	Средња школа	2,769	1,833	3,000	1,000	5,000	0,318
	Факултет	1,864	1,167	1,000	1,000	3,000	
	Постдипломске студије	2,083	1,379	1,000	1,000	3,750	
Присуство туриста ремети напоре за конзервацију	Средња школа	2,769	1,922	2,000	1,000	5,000	0,430
	Факултет	1,909	1,192	1,000	1,000	3,000	
	Постдипломске студије	2,000	1,279	1,000	1,000	3,000	
	Средња школа	2,692	1,843	2,000	1,000	5,000	0,313
	Факултет	1,773	1,152	1,000	1,000	3,000	

Туристи имају негативнији утицај на локалитете у односу на чланове локалне заједнице	Постдипломске студије	2,167	1,528	1,000	1,000	3,750	

Табела 30: Разлике по образовању у односу на ставове према присуству туриста. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по образовању у односу на ставове према присуству туриста, p>0,05.

Наведени резултати указују да, без обзира на полну и старосну структуру или образовање испитаника, односно запослених у установама културе, културни туризам није препознат као кључни елемент за привлачење већег броја посетилаца и унапређење пословања установа културе. Конкретно, запослени у установама културе своје програме организују у складу са унапред прописаним плановима и програмима без јасно дефинисаних циљева усмерених на привлачење посетилаца и туриста из других градова и општина, већ своје програме креирају за публику која је део њихове локалне заједнице.

Хипотеза 4

Постоји статистички значајна разлика перцепције испитаних посетилаца установа културе и запослених у тим установама о начинима информисања везаних за понуду културних програма.

У истраживању је учествовало 79 (62,7%) посетилаца установа културе и 47 (37,3%) запослених у установама културе.

Да би се проверила разлика између посетилаца и запослених у установама културе по перцепцији о начинима информисања о културној понуди, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је припадност групи посетилаца или запослених, а зависна је перцепција о начинима информисања о културној понуди.

Запослени у установама културе (Md=4,00) имају нижи медијални скор у сагласности са тврдњом „Установе културе треба да обезбеде брошуре за све посетиоце“ у односу на посетиоце установа културе (Md=5,00), U=1338,50; Z=-2,86; p=0,004.

Постоји значајна разлика између перцепције посетилаца установа културе и интерних стејкхолдера који учествују у менаџменту установа културе по питању доступности брошура, а не постоји значајна разлика по питању бесплатних флајера.

Тврдња		M	SD	Md	Q1	Q3	p
Установе културе треба да обезбеде брошуре за све посетиоце	Посетиоци	4,487	0,894	5,000	4,000	5,000	0,004
	Запослени	4,000	1,022	4,000	3,000	5,000	
Бесплатни флајери	Посетиоци	4,513	0,849	5,000	4,000	5,000	0,061
	Запослени	4,213	0,977	5,000	3,000	5,000	
	Запослени	3,809	1,173	4,000	3,000	5,000	

Табела 31: Разлике између посетилаца и запослених у односу на перцепцију о начинима информисања о културној понуди. Извор: истраживање ауторке.

Ово имплицира да постоји неопходност сарадње између сектора културе и сектора туризма у циљу информисања публике и посетилаца о програмским активностима које организују и реализују установе културе и да досадашњи начини информисања публике о културним садржајима нису довољни. Резултати истраживања указују на важност присутности културно-туристичких садржаја у свим електронским и штампаним медијима заинтересованих страна у туризму и у култури у циљу привлачења већег броја публике и посетилаца како на локалном тако и на националном нивоу.

Хипотеза 5

Ставови испитаних посетилаца установа културе се разликују, на статистички значајан начин, у односу на ставове запослених у овим установама у вези са побољшањем и модернизацијом програмске понуде установа културе.

Да би се проверила разлика између посетилаца и запослених у установама културе по перцепцији могућности за побољшање понуде установа културе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је припадност групи посетилаца или запослених, а зависна је перцепција могућности за побољшање понуде установа културе.

Тврдња		M	SD	Md	Q1	Q3	p
Могућност обиласка изложбе и програма уз пратњу водича	Посетиоци	4,416	0,848	5,000	4,000	5,000	0,254
	Запослени	4,234	0,890	5,000	3,000	5,000	
Могућност самосталног обиласка изложбе и програма	Посетиоци	4,257	0,829	4,000	4,000	5,000	0,018
	Запослени	3,766	1,127	4,000	3,000	5,000	
Виртуелне туре	Посетиоци	4,257	0,952	5,000	4,000	5,000	0,019
	Запослени	3,915	0,855	4,000	3,000	5,000	

Аудио туре	Посетиоци	4,284	0,973	5,000	4,000	5,000	<0,001
	Запослени	3,596	1,116	4,000	3,000	4,000	
Класични панели текстовима и фотографијама о експонатима	Посетиоци	4,278	1,024	5,000	4,000	5,000	0,268
	Запослени	4,064	1,092	4,000	3,000	5,000	
Фиксни „тач скрин“ компјутери поред експоната	Посетиоци	4,230	1,067	5,000	4,000	5,000	0,019
	Запослени	3,872	0,992	4,000	3,000	5,000	
Видео прикази	Посетиоци	5,243	4,728	5,000	4,000	5,000	<0,001
	Запослени	3,915	0,952	4,000	3,000	5,000	
Аудио пратња изложбе	Посетиоци	4,311	0,875	5,000	4,000	5,000	0,103
	Запослени	4,532	4,388	4,000	3,000	5,000	
Мобилне апликације	Посетиоци	4,135	1,077	5,000	3,000	5,000	0,133
	Запослени	3,894	1,005	4,000	3,000	5,000	
Употреба QR кодова	Посетиоци	4,216	1,150	5,000	4,000	5,000	0,006
	Запослени	3,745	1,052	4,000	3,000	5,000	
Истраживачки центар за посетиоце	Посетиоци	4,351	0,928	5,000	4,000	5,000	0,003
	Запослени	3,809	1,035	4,000	3,000	5,000	
Тематски ресторан у складу са програмском понудом	Посетиоци	3,946	1,121	4,000	3,000	5,000	0,017
	Запослени	3,340	1,387	3,000	3,000	5,000	
Дечије играонице	Посетиоци	3,649	1,221	4,000	3,000	5,000	0,785
	Запослени	3,532	1,396	4,000	3,000	5,000	
Дечије радионице	Посетиоци	3,527	1,241	4,000	3,000	5,000	0,003
	Запослени	4,213	0,832	4,000	3,000	5,000	
Наградни квизови	Посетиоци	4,000	1,135	4,000	3,750	5,000	0,293
	Запослени	3,809	1,173	4,000	3,000	5,000	

Табела 32: Разлике између посетилаца и запослених у односу на перцепцију о могућностима за побољшање понуде установа културе. Извор: истраживање ауторке.

Постоји значајна разлика између запослених и посетилаца у погледу сагласности са тврдњом „Могућност самосталног обиласка изложбе и програма“, U=1318,50; Z=-2,37; p=0,02.

Запослени у установама културе (Md=4,00) имају нижи медијални скор у сагласности са тврдњом „Виртуелне туре“ у односу на посетиоце установа културе (Md=5,00), U=1326,00; Z=-2,34; p=0,02.

Запослени у установама културе (Md=4,00) имају нижи медијални скор у сагласности са тврдњом „Аудио туре“ у односу на посетиоце установа културе (Md=5,00), U=1102,00; Z=-3,59; p<0,001.

Запослени у установама културе (Md=4,00) имају нижи медијални скор у сагласности са тврдњом „Фиксни „тач скрин“ компјутери поред експоната“ у односу на посетиоце установа културе (Md=5,00), U=1326,50; Z=-2,35; p=0,02.

Запослени у установама културе (Md=4,00) имају нижи медијални скор у сагласности са тврдњом „Видео прикази“ у односу на посетиоце установа културе (Md=5,00), U=1122,50; Z=-3,58; p<0,001.

Запослени у установама културе (Md=4,00) имају нижи медијални скор у сагласности са тврдњом „Употреба QR кодова“ у односу на посетиоце установа културе (Md=5,00), U=1258,00; Z=-2,75; p=0,01.

Запослени у установама културе (Md=4,00) имају нижи медијални скор у сагласности са тврдњом „Истраживачки центар за посетиоце“ у односу на посетиоце установа културе (Md=5,00), U=1224,00; Z=-2,99; p=0,003.

Запослени у установама културе (Md=3,00) имају нижи медијални скор у сагласности са тврдњом „Тематски ресторан у складу са програмском понудом“ у односу на посетиоце установа културе (Md=4,00), U=1307,00; Z=-2,39; p=0,02.

Постоји значајна разлика између запослених и посетилаца у погледу сагласности са тврдњом „Дечије радионице“, U=1203,00; Z=-2,97; p=0,003.

Постоји значајна разлика између перцепције посетилаца установа културе и интерних стејкхолдера који учествују у менаџменту установа културе по следећим могућностима за побољшање понуде установа културе: самосталног обиласка изложбе и програма, виртуелних тура, аудио тура, коришћења фиксног „тач скрин“ компјутера поред експоната, видео приказа изложби и предмета, употребе QR кодова, постојања истраживачког центра за посетиоце, тематског ресторана у складу са програмском понудом и организовања дечијих радионица. По осталим ставкама могућности за побољшање понуде установа културе не постоји значајна разлика у перцепцији између посетилаца установа културе и интерних стејкхолдера који учествују у менаџменту установа културе.

Запослени у установама културе, у циљу побољшања културно-туристичке понуде потенцијалној и постојећој публици и посетиоцима, је потребно да располажу повратним информацијама о очекивањима публике која жели да козумира културне садржаје. Да би дошли до података о овоме, неопходно је да запослени у установама културе стално врше евалуацију својих програма кроз књиге утисака, дистрибуцију кратких упитника међу посетиоцима својих

програма, али и међу грађанством које традиционално не посећује културне програме, како би повећали број посетилаца. Осим тога, овакве информације ће обезбедити запосленима у установама културе увид и у то које су њихове пословне праксе добре, које програме и рутине могу и морају да задрже јер их је публика оценила као одговарајуће и привлачне, као и шта је потребно побољшати и унапредити убудуће.

Хипотеза 6

Постоје значајне статистичке разлике, према социо-демографским атрибутима испитаних посетилаца, о томе како доживљавају установе културе.

Како би се тестирале разлике по полу у релацији са свеукупним задовољством посетилаца, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је пол, а зависна је опште задовољство на скали распона од 1 до 5, где већи број означава веће опште задовољство посетама установе културе на територији Рашког и Расинског округа.

Пол	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Женски	4,000	1,13137	4,000	3,750	5,000	0,774
Мушки	4,118	,97256	4,000	3,000	5,000	

Табела 33: Разлике по полу у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке.

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између мушкараца и жена по општем задовољству посетама установе културе на територији Рашког и Расинског округа, p>0,05.

У циљу проверавања разлике по старости испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је старост испитаника која је категорисана на следећи начин: од 29 до 39, од 40 до 49 и 50 и више година. Зависна варијабла је опште задовољство на скали распона од 1 до 5, где већи број означава веће опште задовољство посетама установе културе на територији Рашког и Расинског округа.

Просечна старост испитаника је 44,54 (SD=9,15). Најмлађи испитаник има 29 година, а најстарији 70 година живота. Највише испитаника (44,3%) има између 40 и 49 година.

старост	f	%
од 29 до 39	23	29,1
од 40 до 49	35	44,3
50 и више	21	26,6

Табела 34: Старосна структура испитаника. Извор: истраживање ауторке

Старост	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
од 29 до 39	3,826	1,230	4,000	3,000	5,000	0,490
од 40 до 49	4,257	0,817	4,000	4,000	5,000	
50 и више	4,053	1,079	4,000	3,000	5,000	

Табела 35: Разлике по старости испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке.

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по старости испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца посетама установе културе на територији Рашког и Расинског округа, $p>0,05$.

У циљу проверавања повезаности старости испитаника и општег задовољства посетама установе културе коришћен је Спирманов коефицијент корелације. Не постоји значајна повезаност старости и задовољства посетама установама културе, $r_s=0,11$; $p=0,33$.

Како би се тестирале разлике по образовању испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је образовање испитаника, а зависна варијабла је опште задовољство на скали распона од 1 до 5, где већи број означава веће опште задовољство посетама установе културе на територији Рашког и Расинског округа.

Образовање	Frequency	Percent
основна школа	2	2,5
средња школа	16	20,3
факултет	35	44,3
магистар/мастер	23	29,1
доктор наука	3	3,8

Табела 36: Образовна структура испитаника. Извор: истраживање ауторке.

Већина испитаника у узорку има завршен факултет, 30 (38,0%). Најмање су заступљени испитаници са завршеном основном школом (2,5%) и доктори наука (3,8%).

Образовање	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Основна и средња школа	4,000	1,369	3,000	5,000	5,000	0,435
Факултет	4,235	0,855	4,000	4,000	5,000	
Магистар и доктор наука	3,923	0,977	3,000	4,000	5,000	

Табела 37: Разлике по образовању у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по образовању испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца посетама установе културе на територији Рашког и Расинског округа, $p>0,05$.

Како би се тестирале разлике по примањима испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је примање испитаника које је кодирано на следећи начин: од 28.000 до 65.000 РСД, од 65.001 до 80.000 РСД, од 80.001 до 90.000 РСД, од 90.001 до 100.000РСД и преко 100.000 РСД. Зависна варијабла је опште задовољство на скали распона од 1 до 5, где већи број означава веће опште задовољство посетама установе културе на територији Рашког и Расинског округа.

Просечна примања испитаника су 87.621,89 (SD=36639,48). Најмање месечно примање је 28.000 РСД, а највише 300.000 РСД.

Висина примања	N	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Од 28000 до 65000 РСД	17	53000,000	11269,428	54000,000	50000,000	62500,000	0,031
Од 65001 до 80000 РСД	16	75312,500	4269,563	75000,000	70000,000	80000,000	
Од 80001 до 90000 РСД	11	88227,273	2316,934	90000,000	85000,000	90000,000	
Од 90001 до 10000РСД	18	98314,111	2244,624	100000,000	96000,000	100000,000	
Преко 100000 РСД	9	152777,778	59640,124	125000,000	120000,000	170000,000	

Табела 38: Разлике по примањима испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке

Постоји значајна разлика по примањима испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца посетама установе културе, $\chi^2(4, n=47)=10,67$, $p=0,03$. у циљу утврђивања постојања разлике између висине примања, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности ($\alpha=0,005$). Разлика по општем задовољству у односу на висину примања није значајна ни за један пар категорија висине примања, $p>0,005$.

У циљу проверавања корелације висине примања и општег задовољство посетама установе културе коришћен је Спирманов коефицијент корелације. Не постоји значајна повезаност висине примања и задовољства посетама установама културе, r_s=0,08; p=0,50.

Како би се тестирале разлике по радном статусу у релацији са свеукупним задовољством посетилаца, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је радни статус, а зависна је опште задовољство на скали распона од 1 до 5, где већи број означава веће опште задовољство посетама установе културе на територији Рашког и Расинског округа.

Радна структура	f	%
студент	1	1,3
запослен	66	83,5
пензионер	5	6,3
незапослен	7	8,9

Табела 39: Радна структура испитаника. Извор: истраживање ауторке.

У узорку је највећи број испитаника запослено, 66 (83,5%).

Радна структура	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Незапослени	4,1538	0,89872	4,0000	3,0000	5,0000	
Запослени	4,0625	1,05221	4,0000	3,2500	5,0000	0,925

Табела 40: Разлике по радном статусу у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке.

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између запослених и незапослених испитаника по општем задовољству посетама установе културе на територији Рашког/Расинског округа, p>0,05.

Приказани резултати показују да се перцепција установа културе од стране посетилаца, без обзира на полну и старосну структуру, образовање, запослење и висину примања, мора перманентно развијати и унапређивати кроз испитивање ставова посетилаца, као и константном сарадњом са туристичким сектором у циљу промоције креираних програма.

Хипотеза 7

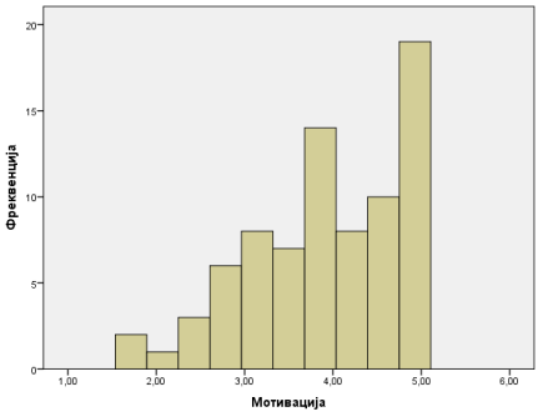
Мотивисаност за посету установама културе показује значајне статистичке разлике засноване на социо-демографском профилу испитаних посетилаца.

Како би се тестирале разлике по полу у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је пол, а зависна варијабла је мотивација за посећивање програма установе културе, коју чине 14 тврдњи са одговорима на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу мотивисаност.

Укупно мотивација за посећивање програма установе културе је рачуната као просечан скор (збир свих одговора подељен његовим бројем). Поузданост скале је проверена помоћу Cronbach α. Поузданост скале је изузетно добра (α=0,946).

У просеку испитаници су углавном мотивисани за посећивање програма установе културе (M=3,94; SD=0,88). Распон укупног задовољства се креће од 1,71 до 5,00.

Да би се проверила нормалност дистрибуције коришћен је Колмогоров-Смирнов тест. Дистрибуција укупне мотивације за посећивање програма установе културе се не може сматрати приближно нормалном, p=0,02.



Графикон 3: Дистрибуција мотивације за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке

Тврдња	Пол	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	Женско	3,741	1,289	4,000	3,000	5,000	0,750
	Мушко	3,843	1,223	4,000	3,000	5,000	
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	Женско	3,926	1,141	4,000	3,000	5,000	0,737
	Мушко	3,980	1,191	4,000	3,000	5,000	

Да се ближе повежем са члановима породице	Женско	3,444	1,311	3,000	2,000	5,000	0,918
	Мушко	3,392	1,401	3,000	2,000	5,000	
Да доживим нова, разноврсна искуства	Женско	4,074	1,072	4,000	3,000	5,000	0,362
	Мушко	4,275	1,002	5,000	3,000	5,000	
Да се упустим у нова истраживања	Женско	4,444	0,892	5,000	4,000	5,000	0,414
	Мушко	4,216	1,083	5,000	3,000	5,000	
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	Женско	4,444	0,698	5,000	4,000	5,000	0,817
	Мушко	4,216	1,154	5,000	3,000	5,000	
Да трагам за новим сазнањима	Женско	4,444	0,698	5,000	4,000	5,000	0,552
	Мушко	4,255	0,935	5,000	3,000	5,000	
Да откривам нове ствари	Женско	4,519	0,700	5,000	4,000	5,000	0,562
	Мушко	4,333	0,931	5,000	4,000	5,000	
Да учествујем у образовним активностима	Женско	4,333	0,679	4,000	4,000	5,000	0,890
	Мушко	4,235	1,012	5,000	4,000	5,000	
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	Женско	4,444	0,641	5,000	4,000	5,000	0,770
	Мушко	4,255	0,997	5,000	3,000	5,000	
Да се релаксирам	Женско	4,111	1,013	4,000	3,000	5,000	0,919
	Мушко	4,039	1,148	4,000	3,000	5,000	
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	Женско	3,333	1,414	3,000	2,000	5,000	0,939
	Мушко	3,314	1,407	3,000	2,000	5,000	
Да квалитетно проведем слободно време	Женско	3,333	1,414	3,000	2,000	5,000	0,756
	Мушко	3,235	1,450	3,000	2,000	5,000	
Да заборавим свакодневне обавезе	Женско	3,148	1,379	3,000	2,000	5,000	0,769
	Мушко	3,235	1,544	3,000	2,000	5,000	
Свеукупна мотивисаност за посету установама културе	Женско	3,982	0,667	3,929	3,500	4,429	0,899
	Мушко	3,916	0,977	4,413	3,071	4,786	

Табела 41: Разлике по полу у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке.

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између жена и мушкараца по мотивацији за посећивање програма установе културе, $p>0,05$.

Како би се тестирале разлике по полу у односу на учесталост посете установа културе на територији Рашког и Расинског округа, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је пол, а зависна варијабла је учесталост посете установа културе на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу учесталост.

Пол	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Женско	3,077	1,695	3,000	1,750	4,250	0,352
Мушко	2,726	1,674	2,000	1,000	4,000	

Табела 42: Разлике по полу у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између жена и мушкараца по учесталости посете установа културе, $p>0,05$.

Како би се тестирале разлике по старости испитаника у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је старост испитаника која је категорисана на следећи начин: од 29 до 39 година, од 40 до 49 година и 50 и више година. Зависна варијабла је мотивацију за посећивање програма установе културе, коју чине 14 тврдњи са одговорима на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу мотивисаност.

Тврдње	Старост	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	Од 29 до 39	3,870	1,140	4,000	3,000	5,000	0,935
	Од 40 до 49	3,686	1,430	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,950	0,999	4,000	3,000	5,000	
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	Од 29 до 39	4,261	0,915	5,000	3,000	5,000	0,421
	Од 40 до 49	3,800	1,346	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,900	1,071	4,000	3,000	5,000	
Да се ближе повежем са члановима породице	Од 29 до 39	3,565	1,376	4,000	2,000	5,000	0,826
	Од 40 до 49	3,343	1,533	3,000	2,000	5,000	
	50 и више	3,350	1,040	3,000	3,000	4,000	
Да доживим нова, разноврсна искуства	Од 29 до 39	4,217	1,085	5,000	3,000	5,000	0,955
	Од 40 до 49	4,200	1,052	5,000	3,000	5,000	
	50 и више	4,200	0,951	4,500	3,250	5,000	
Да се упустим у нова истраживања	Од 29 до 39	4,609	0,722	5,000	4,000	5,000	0,150
	Од 40 до 49	4,257	1,120	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,000	1,076	4,500	3,000	5,000	
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	Од 29 до 39	4,391	0,839	5,000	4,000	5,000	0,985
	Од 40 до 49	4,200	1,208	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,350	0,875	5,000	3,250	5,000	
Да трагам за новим сазнањима	Од 29 до 39	4,391	0,783	5,000	4,000	5,000	0,926
	Од 40 до 49	4,286	0,957	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,300	0,801	4,500	4,000	5,000	
Да откривам нове ствари	Од 29 до 39	4,522	0,730	5,000	4,000	5,000	0,680

	Од 40 до 49	4,286	0,957	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,450	0,826	5,000	4,000	5,000	
Да учествујем у образовним активностима	Од 29 до 39	4,435	0,728	5,000	4,000	5,000	0,598
	Од 40 до 49	4,200	1,079	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,200	0,768	4,000	4,000	5,000	
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	Од 29 до 39	4,522	0,665	5,000	4,000	5,000	0,412
	Од 40 до 49	4,286	1,017	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,150	0,875	4,000	3,000	5,000	
Да се релаксирам	Од 29 до 39	4,304	0,876	5,000	4,000	5,000	0,579
	Од 40 до 49	4,000	1,163	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,900	1,210	4,000	3,000	5,000	
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	Од 29 до 39	3,478	1,442	4,000	2,000	5,000	0,261
	Од 40 до 49	3,457	1,442	3,000	3,000	5,000	
	50 и више	2,900	1,252	3,000	2,000	3,750	
Да квалитетно проведем слободно време	Од 29 до 39	3,391	1,340	4,000	2,000	5,000	0,190
	Од 40 до 49	3,486	1,358	3,000	2,000	5,000	
	50 и више	2,750	1,585	3,000	1,000	4,000	
Да заборавим свакодневне обавезе	Од 29 до 39	3,261	1,421	3,000	2,000	5,000	0,441
	Од 40 до 49	3,371	1,516	3,000	2,000	5,000	
	50 и више	2,850	1,496	3,000	1,250	4,500	
Свеукупна мотивисаност за посету установама културе	Од 29 до 39	4,087	0,689	4,143	3,857	4,643	0,506
	Од 40 до 49	3,918	1,032	4,000	3,071	4,929	
	50 и више	3,804	0,789	3,786	3,179	4,446	

Табела 43: Разлике по старости испитаника у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по мотивацији за посећивање програма установе културе у односу на старост испитаника, $p>0,05$.

Како би се тестирале разлике по старости испитаника у односу на учесталост посете установа културе на територији Рашког/Расинског округа, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је старост испитаника, а зависна варијабла је учесталост посете установа културе на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу учесталост.

Старост	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Од 29 до 39	2,739	1,544	3,000	1,000	3,000	0,598
Од 40 до 49	2,771	1,816	2,000	1,000	4,000	
50 и више	3,105	1,629	3,000	2,000	4,000	

Табела 44: Разлике по старости испитаника у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по учесталости посете установа културе у односу на старост испитаника, $p>0,05$.

Како би се тестирале разлике по образовању испитаника у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је образовање испитаника, а зависна варијабла је мотивација за посећивање програма установе културе, коју чине 14 тврдњи са одговорима на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу мотивисаност.

Тврдња	Образовање	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	Средња школа	3,944	1,211	4,000	3,000	5,000	0,800
	Факултет	3,882	1,066	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,615	1,472	4,000	2,750	5,000	
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	Средња школа	4,056	1,110	5,000	3,000	5,000	0,833
	Факултет	3,941	1,013	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,923	1,412	4,500	3,000	5,000	
Да се ближе повежем са члановима породице	Средња школа	3,667	1,455	4,000	2,750	5,000	0,395
	Факултет	3,500	1,212	3,000	2,750	5,000	
	Постдипломске студије	3,115	1,479	3,000	2,000	5,000	
Да доживим нова, разноврсна искуства	Средња школа	3,944	1,056	4,000	3,000	5,000	0,350
	Факултет	4,206	1,067	5,000	3,750	5,000	
	Постдипломске студије	4,385	0,941	5,000	3,750	5,000	
Да се упустим у нова истраживања	Средња школа	4,333	1,029	5,000	3,000	5,000	0,050
	Факултет	4,000	1,155	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,654	0,689	5,000	4,750	5,000	
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	Средња школа	4,167	0,985	4,500	3,000	5,000	0,266
	Факултет	4,147	1,184	5,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,577	0,758	5,000	4,000	5,000	
Да трагам за новим сазнањима	Средња школа	4,111	0,900	4,000	3,000	5,000	0,079
	Факултет	4,206	0,914	4,000	4,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,615	0,697	5,000	4,000	5,000	
Да откривам нове ствари	Средња школа	4,167	0,924	4,500	3,000	5,000	0,092
	Факултет	4,294	0,938	5,000	4,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,692	0,618	5,000	4,750	5,000	
Да учествујем у образовним активностима	Средња школа	4,222	0,878	4,500	3,000	5,000	0,136
	Факултет	4,088	0,996	4,000	3,750	5,000	

	Постдипломске студије	4,538	0,761	5,000	4,000	5,000	
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	Средња школа	4,278	0,895	5,000	3,000	5,000	0,764
	Факултет	4,235	0,987	5,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,462	0,761	5,000	4,000	5,000	
Да се релаксирам	Средња школа	3,889	1,231	4,500	3,000	5,000	0,686
	Факултет	4,206	0,978	5,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,000	1,166	4,000	3,750	5,000	
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	Средња школа	3,444	1,723	4,000	1,750	5,000	0,663
	Факултет	3,412	1,258	3,000	2,750	5,000	
	Постдипломске студије	3,115	1,366	3,000	2,000	4,000	
Да квалитетно проведем слободно време	Средња школа	3,167	1,689	3,000	1,750	5,000	0,358
	Факултет	3,529	1,285	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,000	1,414	3,000	2,000	4,250	
Да заборавим свакодневне обавезе	Средња школа	2,944	1,589	3,000	1,000	5,000	0,099
	Факултет	3,618	1,326	3,500	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	2,846	1,515	3,000	1,000	4,250	
Свеукупна мотивисаност за посету установама културе	Средња школа	3,811	0,937	3,857	3,071	4,857	0,930
	Факултет	3,948	0,899	4,000	3,500	4,768	
	Постдипломске студије	3,967	0,842	4,071	3,429	4,607	

Табела 45: Разлике по образовању испитаника у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке

Уочена је статистички значајна разлика у жељи за истраживањем у односу на образовање, $\chi^2(2, n=77)=5,99$; $p=0,05$. У циљу тестирања између којих нивоа образовања настаје разлика коришћен је post hoc Mann Whitney U тест уз Bonferroni корекцију нивоа поузданости ($\alpha=0,017$). Разлике нису значајне између једног пара нивоа образовања, $p>0,017$.

Разлике по осталим тврдњама у односу на образовање нису значајне, $p>0,05$.

Како би се тестирале разлике по образовању испитаника у односу на учесталост посете установа културе на територији Рашког и Расинског округа, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је образовање испитаника, а зависна варијабла је учесталост посете установа културе на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу учесталост.

Образовање	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Средња школа	3,111	1,451	3,000	2,000	4,000	0,480
Факултет	2,676	1,628	2,000	1,750	3,250	
Магистар и доктор наука	2,880	1,922	3,000	1,000	4,500	

Табела 46: Разлике по образовању испитаника у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по учесталости посете установа културе у односу на образовање испитаника, p>0,05.

У циљу тестирања разлика по радном статусу у односу на мотивацију за посећивање програма установа културе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је радни статус, а зависна варијабла је мотивација за посећивање програма установа културе, коју чине 14 тврдњи са одговорима на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу мотивисаност, а мањи број мању мотивисаност.

Тврдња	Радни статус	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	Незапослен	3,923	1,188	4,000	3,000	5,000	0,763
	Запослен	3,785	1,256	4,000	3,000	5,000	
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	Незапослен	4,154	1,281	5,000	3,000	5,000	0,368
	Запослен	3,923	1,150	4,000	3,000	5,000	
Да се ближе повежем са члановима породице	Незапослен	3,692	1,182	4,000	3,000	5,000	0,414
	Запослен	3,354	1,397	3,000	2,000	5,000	
Да доживим нова, разноврсна искуства	Незапослен	4,385	0,870	5,000	3,500	5,000	0,561
	Запослен	4,169	1,054	5,000	3,000	5,000	
Да се упустим у нова истраживања	Незапослен	4,462	0,877	5,000	3,500	5,000	0,552
	Запослен	4,262	1,050	5,000	3,000	5,000	
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	Незапослен	4,462	0,877	5,000	3,500	5,000	0,510
	Запослен	4,262	1,050	5,000	4,000	5,000	
Да трагам за новим сазнањима	Незапослен	4,462	0,776	5,000	4,000	5,000	0,557
	Запослен	4,292	0,879	5,000	4,000	5,000	
Да откривам нове ствари	Незапослен	4,462	0,776	5,000	4,000	5,000	0,883
	Запослен	4,385	0,878	5,000	4,000	5,000	
Да учествујем у образовним активностима	Незапослен	4,462	0,776	5,000	4,000	5,000	0,424
	Запослен	4,231	0,932	4,000	4,000	5,000	
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	Незапослен	4,385	0,870	5,000	3,500	5,000	0,771
	Запослен	4,308	0,900	5,000	4,000	5,000	
Да се релаксирам	Незапослен	4,154	1,281	5,000	3,000	5,000	0,536
	Запослен	4,046	1,067	4,000	3,000	5,000	
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	Незапослен	3,308	1,494	3,000	2,000	5,000	0,978
	Запослен	3,323	1,393	3,000	2,000	5,000	
Да квалитетно проведем слободно време	Незапослен	3,154	1,519	3,000	2,000	5,000	0,762
	Запослен	3,292	1,422	3,000	2,000	5,000	
Да заборавим свакодневне обавезе	Незапослен	3,231	1,589	3,000	2,000	5,000	0,967
	Запослен	3,200	1,471	3,000	2,000	5,000	
Свеукупна мотивисаност за посету установама културе	Незапослен	4,050	0,842	4,143	3,571	4,857	0,682
	Запослен	3,917	0,889	4,000	3,179	4,714	

Табела 47: Разлике по радном статусу у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између незапослених и запослених по мотивацији за посећивање програма установе културе, p>0,05.

У циљу тестирања разлика по радном статусу у односу на учесталост посете установа културе на територији Рашког и Расинског округа, коришћен је Mann Whitny U

тест. Независна варијабла је радни статус, а зависна варијабла је учесталост посете установа културе на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу учесталост.

Радни статус	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Незапослен	3,615	1,850	3,000	2,000	6,000	0,078
Запослен	2,688	1,612	2,000	1,000	4,000	

Табела 48: Разлике по радном статусу у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између незапослених и запослених по учесталости посете установа културе, p>0,05.

Како би биле тестиране разлике по нивоу примања испитаника у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је висина примања, а зависна варијабла је мотивација за посећивање програма установе културе, коју чине 14 тврдњи са одговорима на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу мотивисаност.

Тврдње	Примања	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	Од 28000 до 65000 РСД	3,750	1,342	4,000	3,000	5,000	0,648
	Од 65001 до 80000 РСД	4,125	1,204	5,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	3,727	0,905	4,000	3,000	4,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,778	1,353	4,000	2,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,444	1,333	4,000	2,500	4,500	
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	Од 28000 до 65000 РСД	3,875	1,204	4,000	3,000	5,000	0,427
	Од 65001 до 80000 РСД	4,250	1,183	5,000	3,250	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,000	1,000	4,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,778	1,309	4,000	2,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,444	1,130	3,000	2,500	4,500	
Да се ближе повежем са члановима породице	Од 28000 до 65000 РСД	3,125	1,628	3,000	2,000	5,000	0,401
	Од 65001 до 80000 РСД	3,875	1,258	4,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	3,455	0,934	3,000	3,000	4,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,278	1,487	3,000	2,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	2,889	1,167	3,000	2,000	3,500	
Да доживим нова, разноврсна искуства	Од 28000 до 65000 РСД	4,375	1,025	5,000	3,250	5,000	0,811
	Од 65001 до 80000 РСД	4,063	1,063	4,500	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,273	1,009	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,056	1,162	4,500	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	4,000	1,000	4,000	3,000	5,000	
Да се упустим у нова истраживања	Од 28000 до 65000 РСД	4,625	0,719	5,000	4,250	5,000	0,497
	Од 65001 до 80000 РСД	4,063	1,063	4,500	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,091	0,944	4,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,167	1,339	5,000	3,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	4,222	0,972	5,000	3,000	5,000	
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	Од 28000 до 65000 РСД	4,313	1,250	5,000	4,000	5,000	0,951
	Од 65001 до 80000 РСД	4,250	1,000	5,000	3,250	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,273	0,786	4,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,222	1,166	5,000	4,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	4,222	0,972	5,000	3,000	5,000	

Да трагам за новим сазнањима	Од 28000 до 65000 РСД	4,500	0,816	5,000	4,000	5,000	0,629
	Од 65001 до 80000 РСД	4,313	0,793	4,500	4,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,091	0,701	4,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,278	1,074	5,000	3,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	4,222	0,972	5,000	3,000	5,000	
Да откривам нове ствари	Од 28000 до 65000 РСД	4,500	0,816	5,000	4,000	5,000	0,954
	Од 65001 до 80000 РСД	4,375	0,806	5,000	4,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,455	0,820	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,333	1,029	5,000	4,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	4,222	0,972	5,000	3,000	5,000	
Да учествујем у образовним активностима	Од 28000 до 65000 РСД	4,375	0,806	5,000	4,000	5,000	0,576
	Од 65001 до 80000 РСД	4,313	0,873	4,500	4,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,000	0,894	4,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,278	1,127	5,000	4,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	4,000	0,866	4,000	3,000	5,000	
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	Од 28000 до 65000 РСД	4,563	0,814	5,000	4,250	5,000	0,129
	Од 65001 до 80000 РСД	4,375	0,957	5,000	4,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	3,818	0,751	4,000	3,000	4,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,278	0,958	4,500	4,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	4,111	0,928	4,000	3,000	5,000	
Да се релаксирам	Од 28000 до 65000 РСД	4,313	1,014	5,000	3,250	5,000	0,496
	Од 65001 до 80000 РСД	4,188	1,223	5,000	4,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	3,818	1,168	3,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,000	0,970	4,000	3,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,667	1,225	4,000	2,500	5,000	
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	Од 28000 до 65000 РСД	3,125	1,408	3,000	2,000	4,750	0,447
	Од 65001 до 80000 РСД	3,688	1,580	4,500	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	3,000	1,342	3,000	2,000	4,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,444	1,247	3,000	2,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	2,778	1,302	3,000	1,500	3,500	
Да квалитетно проведем слободно време	Од 28000 до 65000 РСД	2,938	1,389	3,000	2,000	4,000	0,430
	Од 65001 до 80000 РСД	3,688	1,448	4,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	2,727	1,489	3,000	1,000	4,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,278	1,364	3,000	2,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,333	1,581	3,000	2,000	5,000	
Да заборавим свакодневне обавезе	Од 28000 до 65000 РСД	3,000	1,366	3,000	2,000	4,000	0,645
	Од 65001 до 80000 РСД	3,563	1,459	3,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	2,909	1,514	3,000	2,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,278	1,487	3,000	2,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	2,778	1,563	3,000	1,000	4,000	
Свеукупна мотивисаност за посету установама културе	Од 28000 до 65000 РСД	3,955	0,735	4,000	3,518	4,536	0,647
	Од 65001 до 80000 РСД	4,080	0,859	4,107	3,607	4,946	
	Од 80001 до 90000 РСД	3,759	0,764	3,714	3,071	4,357	
	Од 90001 до 10000РСД	3,889	1,048	3,964	3,089	4,768	
	Преко 100000 РСД	3,667	0,977	3,643	2,750	4,607	

Табела 49: Разлике по нивоу примања у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по мотивацији за посећивање програма установе културе у односу на нивоа примања, $p>0,05$.

У циљу тестирања разлика по нивоу примања у односу на учесталост посете установа културе на територији Рашког и Расинског округа, коришћен је Kruskal Wallis

тест. Независна варијабла је ниво примања, а зависна варијабла је учесталост посете установа културе на скали од 1 до 5, где већи број означава већу учесталост.

Старост	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Од 28000 до 65000 РСД	3,250	1,612	3,000	2,000	4,750	0,379
Од 65001 до 80000 РСД	2,375	1,668	2,000	1,000	3,000	
Од 80001 до 90000 РСД	2,273	1,489	2,000	1,000	3,000	
Од 90001 до 10000РСД	2,944	1,765	2,500	1,000	4,250	
Преко 100000 РСД	2,500	1,414	2,500	1,000	4,000	

Табела 50: Разлике по нивоу примања у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по учесталост посете установа културе у односу на ниво примања, $p>0,05$.

Добијени резултати указују да је задатак установа културе да својом културном понудом и културним садржајима перманентно повећавају и подстичу мотивацију за континуирано учење, као и стицање нових знања од стране посетилаца и публике свих старосних и полних профила, образовне структуре и висине примања.

Хипотеза 8

Мотивисаност за посету установама културе показује значајну статистичку повезаност у односу на то како испитани посетиоци организују своје слободно време.

У циљу проверавања повезаности учесталости путовања са мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Колико пута годишње путујете	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,176	0,124
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,130	0,257
Да се ближе повежем са члановима породице	0,066	0,566

Да доживим нова, разноврсна искуства	0,073	0,524
Да се упустим у нова истраживања	0,045	0,698
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,119	0,300
Да трагам за новим сазнањима	0,075	0,512
Да откривам нове ствари	0,044	0,705
Да учествујем у образовним активностима	0,112	0,328
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,036	0,752
Да се релаксирам	-0,034	0,766
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	-0,092	0,423
Да квалитетно проведем слободно време	-0,128	0,262
Да заборавим свакодневне обавезе	-0,082	0,475
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	-0,121	0,295

Табела 51: Коефицијенти корелације између учесталости путовања и мотивације за посету установама културе, Извор: истраживање ауторке

Није детектована значајна корелација између учесталости путовања и мотивације за посету установама културе, $p>0,05$.

У циљу тестирања разлике између посетилаца који чешће путују у земљи (Република Србија) или у иностранство по мотивацији за посету установама културе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је тип дестинације, а зависне варијабле мотивација за посету установама културе на скали распона од 1 до 5.

Испитаници чешће путују Србијом 61 (78,2%), а ређе у иностранство 17 (21,8%).

Тврдња	Тип дестинације	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	Србија	3,787	1,240	4,000	3,000	5,000	0,752
	Иностранство	3,882	1,269	4,000	3,000	5,000	
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	Србија	4,049	1,117	4,000	3,000	5,000	0,238
	Иностранство	3,647	1,320	4,000	2,500	5,000	
Да се ближе повежем са члановима породице	Србија	3,426	1,335	3,000	2,500	5,000	0,856
	Иностранство	3,353	1,498	3,000	2,000	5,000	
Да доживим нова, разноврсна искуства	Србија	4,279	0,985	5,000	3,000	5,000	0,206
	Иностранство	3,941	1,144	4,000	3,000	5,000	
Да се упустим у нова истраживања	Србија	4,377	0,916	5,000	3,000	5,000	0,259
	Иностранство	4,000	1,323	4,000	3,500	5,000	
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	Србија	4,377	0,969	5,000	4,000	5,000	0,138
	Иностранство	4,000	1,173	4,000	3,500	5,000	
Да трагам за новим сазнањима	Србија	4,410	0,783	5,000	4,000	5,000	0,136
	Иностранство	4,000	1,061	4,000	3,000	5,000	
Да откривам нове ствари	Србија	4,508	0,766	5,000	4,000	5,000	0,043
	Иностранство	4,000	1,061	4,000	3,000	5,000	
Да учествујем у образовним активностима	Србија	4,344	0,814	5,000	4,000	5,000	0,305
	Иностранство	4,000	1,173	4,000	3,500	5,000	

Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	Србија	4,393	0,842	5,000	4,000	5,000	0,181
	Иностранство	4,059	1,029	4,000	3,500	5,000	
Да се релаксирам	Србија	4,115	1,097	5,000	3,000	5,000	0,395
	Иностранство	3,882	1,111	4,000	3,000	5,000	
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	Србија	3,279	1,473	3,000	2,000	5,000	0,721
	Иностранство	3,471	1,125	3,000	3,000	5,000	
Да квалитетно проведем слободно време	Србија	3,246	1,468	3,000	2,000	5,000	0,809
	Иностранство	3,353	1,320	3,000	2,000	5,000	
Да заборавим свакодневне обавезе	Србија	3,197	1,547	3,000	2,000	5,000	0,945
	Иностранство	3,235	1,251	3,000	3,000	4,500	
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	Србија	2,738	1,622	2,000	1,000	4,000	0,320
	Иностранство	3,250	1,880	3,000	2,000	5,500	

Табела 52: Разлике по типу дестинације у односу на мотивацију за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Посетиоци који чешће путују по Србији (Md=5,00) имају већи медијални скор на скали мотивације за посету установама културе у односу на испитанике који чешће путују у иностранство (Md=4,00); U=373,50, Z=-2,02, p=0,04.

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између посетилаца који чешће путују по Србији и оних који чешће путују у иностранство по осталим тврдњама на скали мотивације за посету установама културе, p>0,05.

Да би се провериле разлике по најчешћем друштву на путовању у односу на мотивацију за посету установама културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је друштво на путовању, а зависна варијабла је мотивација за посету установама културе на скали од 1 до 5.

Структура друштва на путовању	f	%
Партнер	9	11,8
Пријатељи	14	18,4
Породица	35	46,1
Организована група	9	11,8
Пословно	9	11,8

Табела 53: Структура друштву на путовању. Извор: истраживање ауторке

Већина испитаника најчешће путује са породицом, 35 (46,1%).

Тврдња	Сапутник	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	Партнер	3,8889	1,05409	3,0000	3,0000	5,0000	0,231
	Пријатељи	3,286	1,437	3,000	2,000	5,000	
	Породица	4,000	1,163	4,000	3,000	5,000	
	Организована група	4,222	0,667	4,000	4,000	5,000	
	Пословно	3,111	1,537	3,000	1,500	4,500	
	Партнер	4,111	1,054	5,000	3,000	5,000	0,728
	Пријатељи	3,929	1,207	4,000	3,000	5,000	

Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	Породица	4,000	1,138	4,000	3,000	5,000	
	Организована група	4,111	1,054	4,000	3,500	5,000	
	Пословно	3,333	1,500	3,000	2,000	5,000	
Да се ближе повежем са члановима породице	Партнер	3,556	1,236	3,000	2,500	5,000	0,184
	Пријатељи	3,000	1,414	3,000	2,000	4,250	
	Породица	3,657	1,327	4,000	3,000	5,000	
	Организована група	3,556	1,424	4,000	2,500	5,000	
	Пословно	2,556	1,333	2,000	1,500	3,500	
Да доживим нова, разноврсна искуства	Партнер	4,111	1,167	5,000	3,000	5,000	0,064
	Пријатељи	4,786	0,579	5,000	5,000	5,000	
	Породица	4,000	1,085	4,000	3,000	5,000	
	Организована група	4,667	0,707	5,000	4,500	5,000	
	Пословно	4,000	1,000	4,000	3,000	5,000	
Да се упустим у нова истраживања	Партнер	4,222	0,972	5,000	3,000	5,000	0,400
	Пријатељи	4,786	0,579	5,000	5,000	5,000	
	Породица	4,200	1,132	5,000	3,000	5,000	
	Организована група	4,333	1,000	5,000	3,000	5,000	
	Пословно	4,222	0,972	5,000	3,000	5,000	
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	Партнер	4,111	1,167	5,000	3,000	5,000	0,111
	Пријатељи	4,786	0,579	5,000	5,000	5,000	
	Породица	4,114	1,132	4,000	4,000	5,000	
	Организована група	4,667	0,707	5,000	4,500	5,000	
	Пословно	4,000	1,118	4,000	3,000	5,000	
Да трагам за новим сазнањима	Партнер	4,444	0,726	5,000	4,000	5,000	0,589
	Пријатељи	4,643	0,633	5,000	4,000	5,000	
	Породица	4,171	0,954	4,000	3,000	5,000	
	Организована група	4,333	0,866	5,000	3,500	5,000	
	Пословно	4,222	0,972	5,000	3,000	5,000	
Да откривам нове ствари	Партнер	4,444	0,726	5,000	4,000	5,000	0,430
	Пријатељи	4,714	0,611	5,000	4,750	5,000	
	Породица	4,229	0,942	5,000	4,000	5,000	
	Организована група	4,556	0,882	5,000	4,000	5,000	
	Пословно	4,333	1,000	5,000	3,000	5,000	
Да учествујем у образовним активностима	Партнер	4,444	0,726	5,000	4,000	5,000	0,427
	Пријатељи	4,643	0,633	5,000	4,000	5,000	
	Породица	4,114	0,993	4,000	4,000	5,000	
	Организована група	4,222	0,972	5,000	3,000	5,000	
	Пословно	4,111	1,054	4,000	3,500	5,000	
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	Партнер	4,444	0,882	5,000	3,500	5,000	0,615
	Пријатељи	4,643	0,633	5,000	4,000	5,000	
	Породица	4,229	0,910	4,000	4,000	5,000	
	Организована група	4,222	0,972	5,000	3,000	5,000	
	Пословно	4,111	1,167	5,000	3,000	5,000	
Да се релаксирам	Партнер	4,667	0,707	5,000	4,500	5,000	0,116
	Пријатељи	4,071	1,269	5,000	2,750	5,000	
	Породица	3,971	0,985	4,000	3,000	5,000	
	Организована група	4,556	0,882	5,000	4,000	5,000	
	Пословно	3,556	1,424	4,000	2,500	5,000	
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	Партнер	3,889	1,269	4,000	2,500	5,000	0,327
	Пријатељи	3,143	1,512	3,000	2,000	5,000	
	Породица	3,229	1,374	3,000	3,000	5,000	
	Организована група	4,000	1,225	5,000	3,000	5,000	
	Пословно	2,889	1,453	3,000	1,500	4,000	
	Партнер	3,667	1,414	4,000	2,500	5,000	0,907

Да квалитетно проведем слободно време	Пријатељи	3,357	1,499	4,000	2,000	5,000	
	Породица	3,229	1,308	3,000	2,000	5,000	
	Организована група	3,444	1,878	5,000	1,500	5,000	
	Пословно	3,111	1,453	3,000	2,000	4,500	
Да заборавим свакодневне обавезе	Партнер	3,667	1,581	4,000	2,000	5,000	
	Пријатељи	3,429	1,697	4,000	1,750	5,000	
	Породица	3,057	1,259	3,000	2,000	4,000	0,554
	Организована група	3,667	1,732	5,000	2,000	5,000	
	Пословно	2,889	1,616	3,000	1,000	4,500	
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	Партнер	2,778	1,922	2,000	1,500	4,500	
	Пријатељи	3,214	1,626	3,500	1,750	4,250	
	Породица	2,647	1,593	2,000	1,000	4,000	0,045
	Организована група	4,111	1,965	4,000	2,500	5,000	
	Пословно	1,667	0,707	2,000	1,000	2,000	

Табела 54: Разлике по друштву на путовању у односу на мотивацију за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста указује да постоји значајна разлика по учесталости посете установа културе на територији Рашког и Расинског округа у зависности од најчешћег друштва на путовањима, $\chi 2(4, n=76)=9,76$, $p=0,05$. Да би се утврдило између којих група настаје разлика, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа поузданости ($\alpha=0,005$). Посетиоци који путују са организованим групама ($Md=4,00$) имају већу медијану посете установама културе у односу на посетиоце који путују пословно ($Md=2,00$), $p=0,005$.

Разлике између осталих група нису значајне, $p>0,005$.

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по мотивацији за посету установама културе у зависности од најчешћег друштва на путовањима, $p>0,05$.

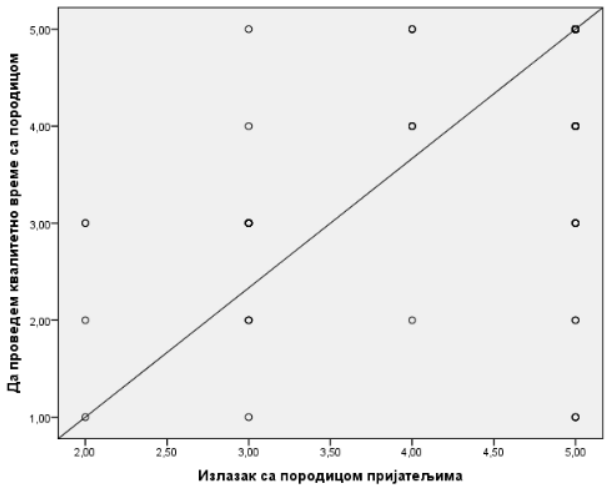
У циљу верификације повезаности између жеље да излазе са породицом и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Излазак са породицом и пријатељима	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,481**	0,000
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,414**	0,000
Да се ближе повежем са члановима породице	0,370**	0,001
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,224*	0,049
Да се упустим у нова истраживања	0,301**	0,007

Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,323**	0,004
Да трагам за новим сазнањима	0,263*	0,020
Да откривам нове ствари	0,322**	0,004
Да учествујем у образовним активностима	0,293**	0,009
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,252*	0,026
Да се релаксирам	0,159	0,163
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,232*	0,041
Да квалитетно проведем слободно време	0,120	0,297
Да заборавим свакодневне обавезе	0,080	0,484
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,100	0,387

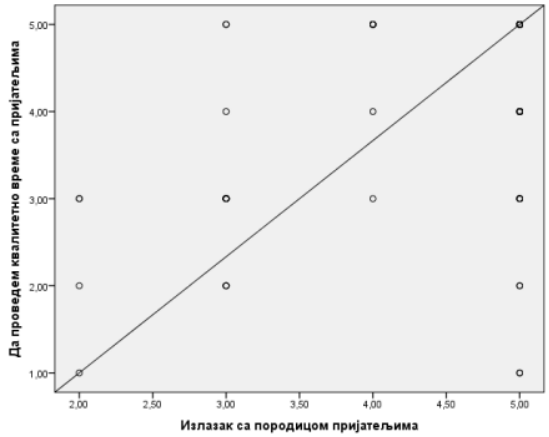
Табела 55: Коефицијенти корелације између жеље да излазе са породицом и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“, $r_s(78)=0,48$, $p<0,001$ (графикон 5).



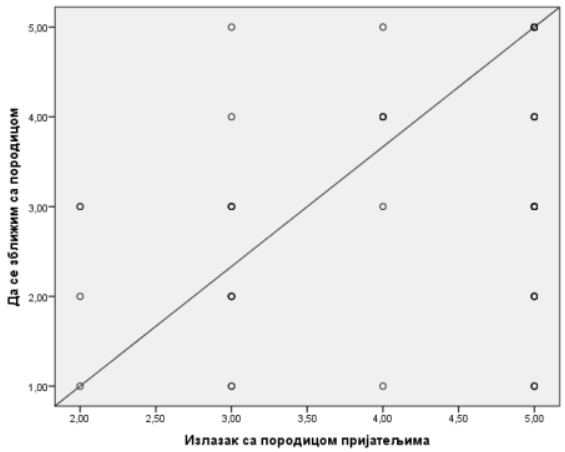
Графикон 5: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“, $r_s(78)=0,41$, $p<0,001$ (графикон 6).



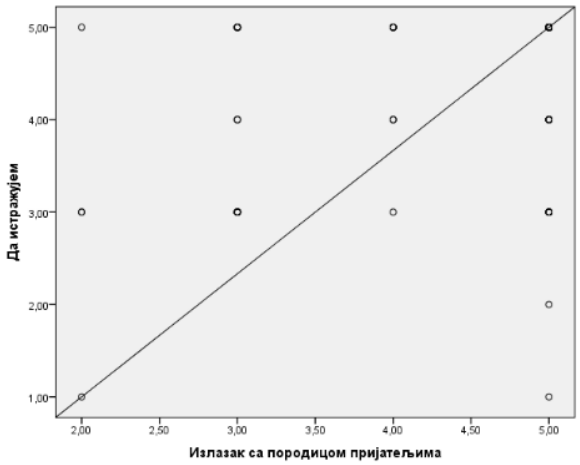
Графикон 6: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом пријатељима“ и „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се ближе повежем са члановима породице“, $r_s(78)=0,37$, $p=0,001$ (графикон 7).



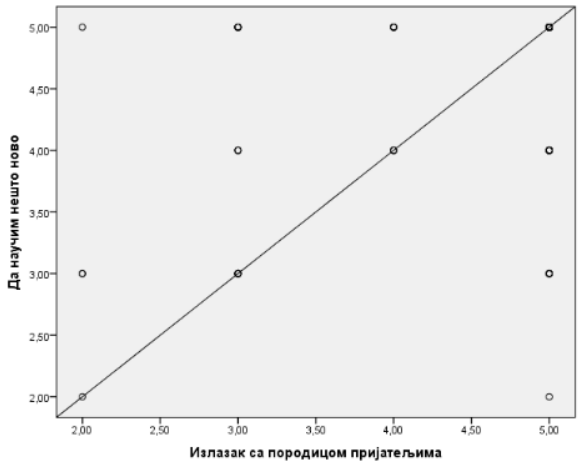
Графикон 7: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да се ближе повежем са члановима породице“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се упустим у нова истраживања“, $r_s(78)=0,30$, $p=0,01$ (графикон 8).



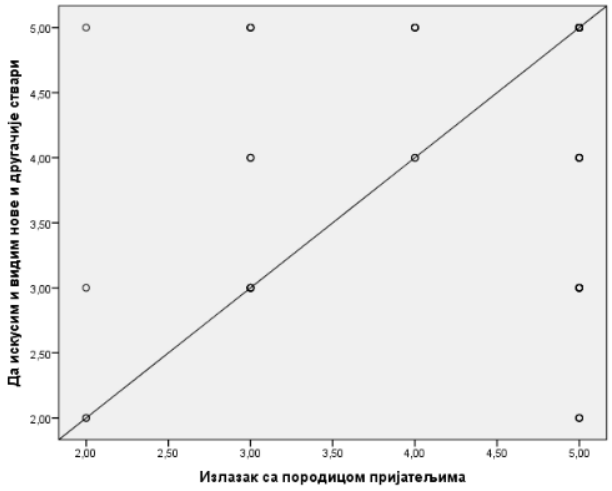
Графикон 8: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да откривам нове ствари“, $r_s(78)=0,32$, $p=0,004$ (графикон 9).

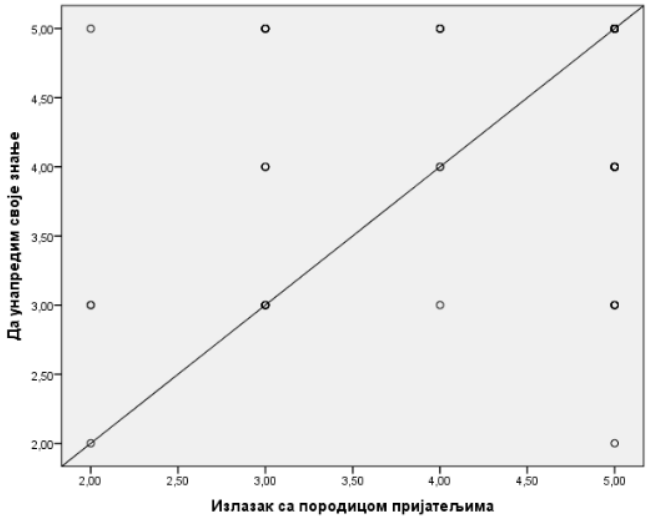


Графикон 9: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом пријатељима“ и „Да откривам нове ствари“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да доживим нова, разноврсна искуства“, $r_s(78)=0,22$, $p=0,05$ (графикон 10).

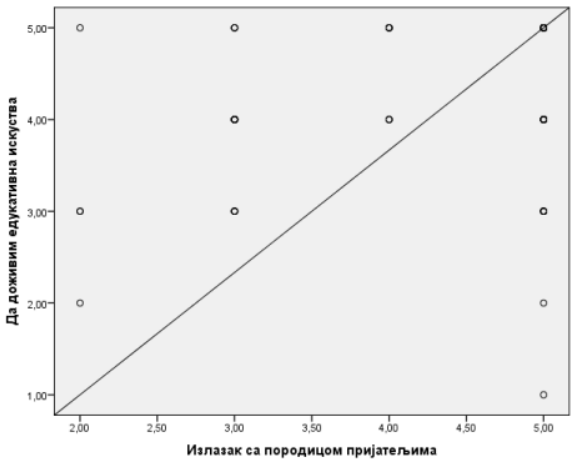


Графикон 10: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да доживим нова, разноврсна искуства“. Извор: истраживање ауторке



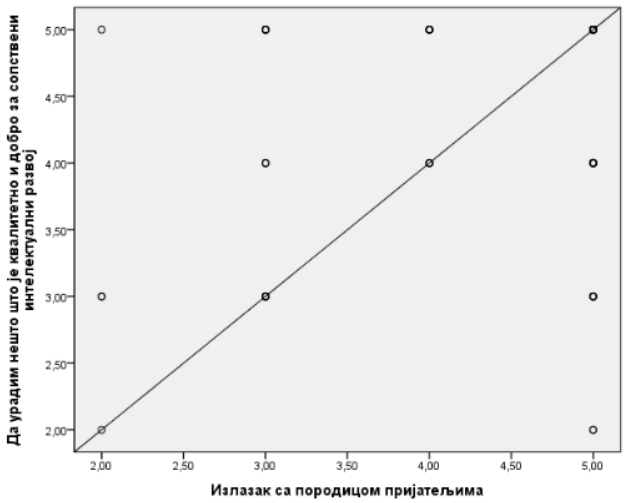
Графикон 11: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да трагам за новим сазнањима“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да трагам за новим сазнањима“, $r_s(78)=0,26$, $p=0,02$ (графикон 11).



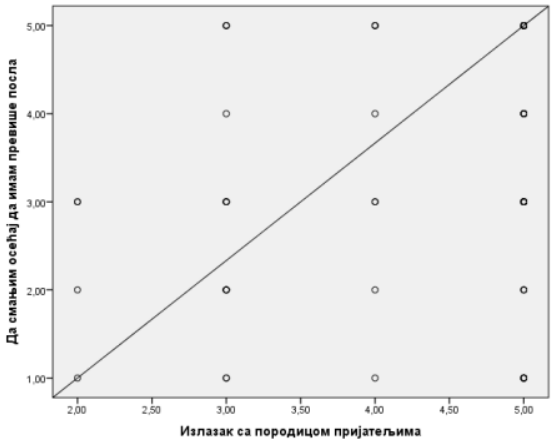
Графикон 12: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да учествујем у образовним активностима“, $r_s(78)=0,29$, $p=0,01$ (графикон 12).



Графикон 13: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“, $r_s(78)=0,25$, $p=0,03$ (графикон 13).



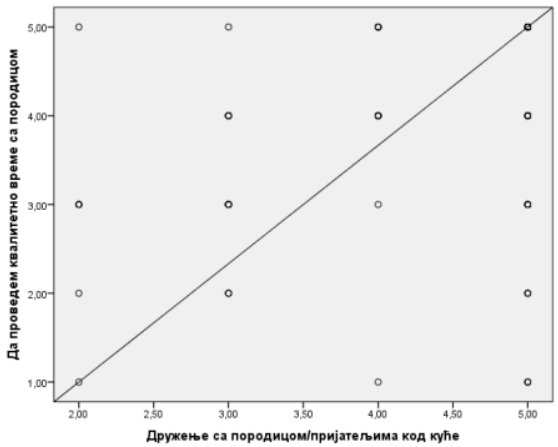
Графикон 14: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за излазак са породицом је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“, $r_s(78)=0{,}23$, $p=0{,}04$ (графикон 14).

Да би се проверила повезаност између жеље за дружењем блиским особама (чланови породице и пријатељи) и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

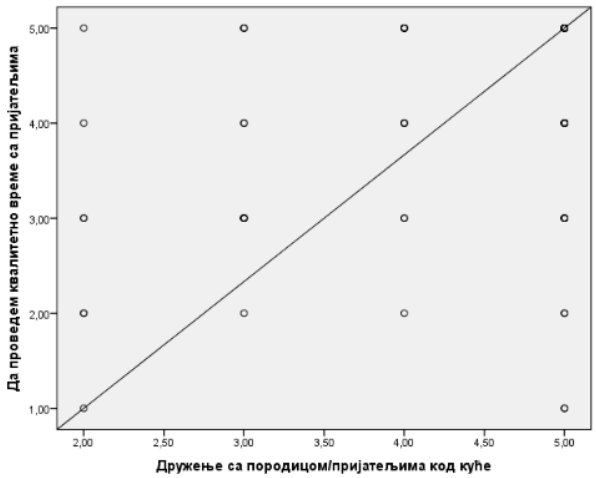
Тврдња	Дружење са блиским особама код куће	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,360**	0,001
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,338**	0,003
Да се ближе повежем са члановима породице	0,359**	0,001
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,111	0,333
Да се упустим у нова истраживања	0,257*	0,023
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,223	0,050
Да трагам за новим сазнањима	0,226*	0,046
Да откривам нове ствари	0,188	0,099
Да учествујем у образовним активностима	0,276*	0,015
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,229*	0,043
Да се релаксирам	0,128	0,264
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,254*	0,025
Да квалитетно проведем слободно време	0,218	0,055
Да заборавим свакодневне обавезе	0,124	0,280
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,034	0,766

Табела 56: Коефицијенти корелације између жеље за дружењем са блиским особама код куће и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке



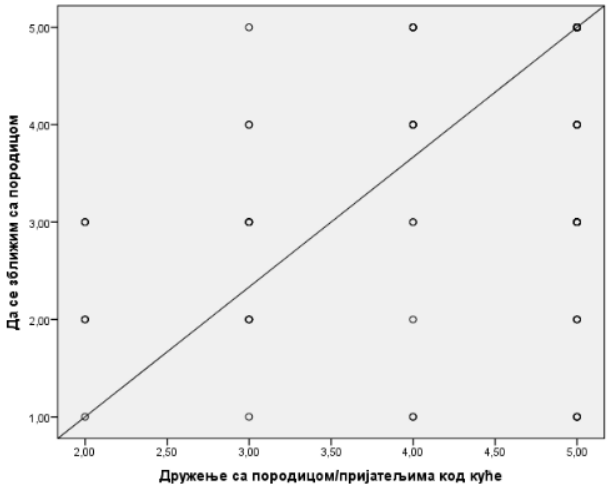
Графикон 15: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са блиским особама код куће“ и „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће је значајна, позитивно и умерено повезана са следећом тврдњом: „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“, $r_s(78)=0,36$, $p=0,001$ (графикон 15).



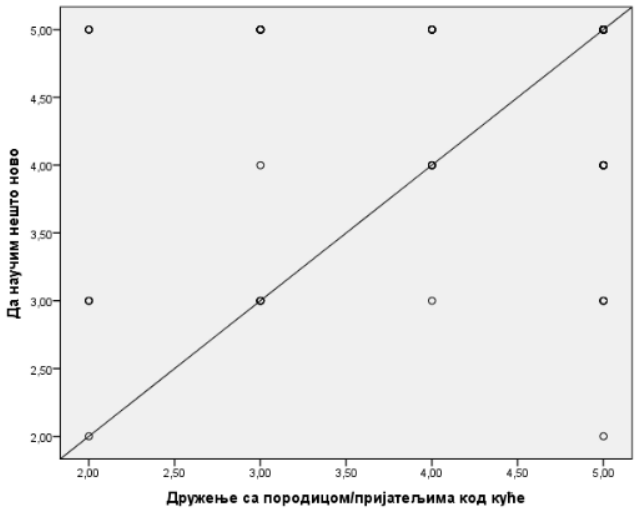
Графикон 16: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са блиским особама код куће“ и „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће је значајна, позитивно и умерено повезана са следећом тврдњом: „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“, $r_s(78)=0,34$, $p=0,003$.



Графикон 17: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са блиским особама код куће“ и „Да се ближе повежем са члановима породице“. Извор: истраживање ауторке

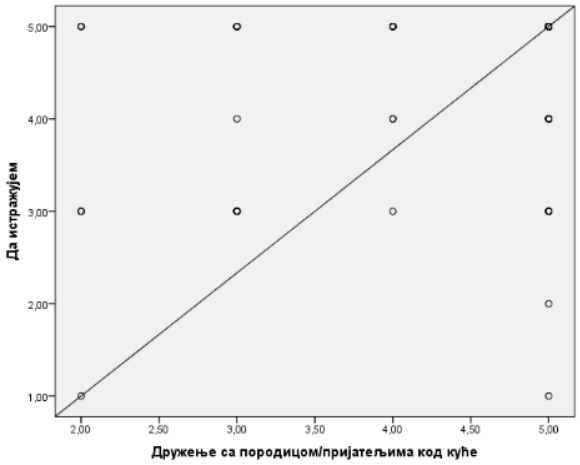
Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће је значајна, позитивно и умерено повезана са следећом тврдњом: „Да се ближе повежем са члановима породице“, $r_s(78)=0,36$, $p=0,001$.



Графикон 18: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са блиским особама код куће“ и „Да откривам нове ствари“. Извор: истраживање ауторке

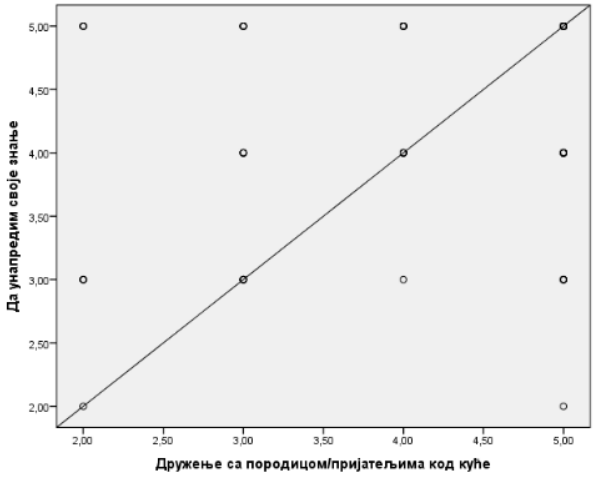
Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће је значајна, позитивно и умерено повезана са следећом тврдњом: „Да откривам нове ствари“, $r_s(78)=0,32$, $p=0,004$.

Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да се упустим у нова истраживања“, $r_s(78)=0,26$, $p=0,02$.



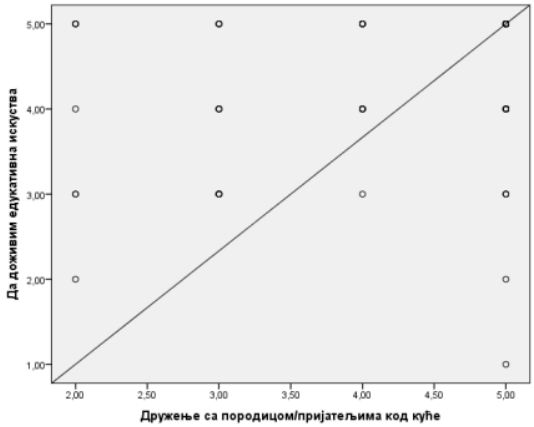
Графикон 19: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са блиским особама код куће“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да трагам за новим сазнањима“, $r_s(78)=0,23$, $p=0,05$.



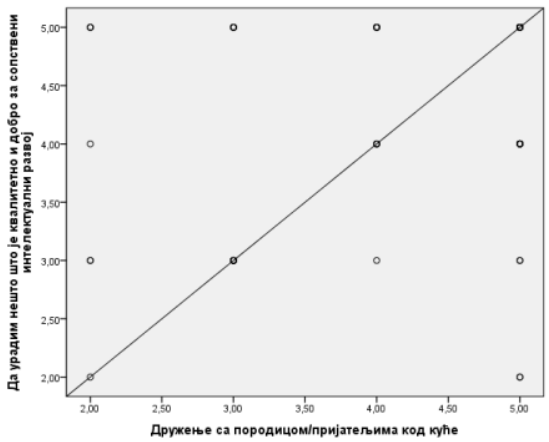
Графикон 20: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са блиским особама код куће“ и „Да трагам за новим сазнањима“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да учествујем у образовним активностима“, $r_s(78)=0,28$, $p=0,02$.



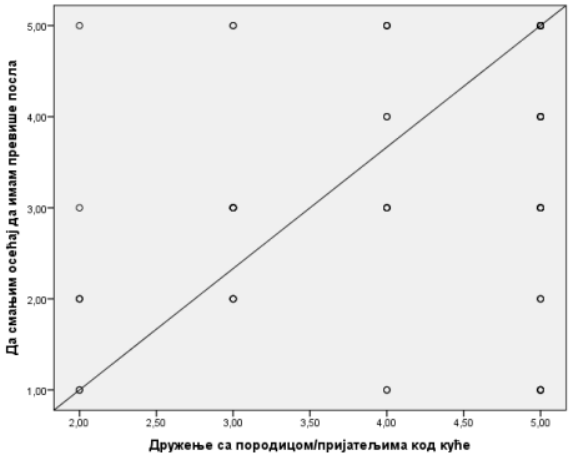
Графикон 21: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са блиским особама код куће“ и „Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“, $r_s(78)=0,23$, $p=0,04$.



Графикон 22: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са блиским особама код куће“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће је значајна, позитивно и слабо повезана са следећом тврдњом: „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“, $r_s(78)=0,25$, $p=0,3$.



Графикон 23: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са блиским особама код куће“ и „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“. Извор: истраживање ауторке

Да би се проверила повезаност између гледања телевизије и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Гледање телевизије	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,006	0,959
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,042	0,716
Да се ближе повежем са члановима породице	0,005	0,963
Да доживим нова, разноврсна искуства	-0,103	0,369
Да се упустим у нова истраживања	0,111	0,331
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,033	0,776
Да трагам за новим сазнањима	0,104	0,364
Да откривам нове ствари	0,048	0,675
Да учествујем у образовним активностима	0,001	0,996
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,049	0,669
Да се релаксирам	0,090	0,435
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,038	0,739
Да квалитетно проведем слободно време	0,138	0,228
Да заборавим свакодневне обавезе	0,111	0,335
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,191	0,096

Табела 57: Коефицијенти корелације између гледања телевизије и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Није утврђена значајна веза између гледања телевизије и мотивације за посету установама културе, p>0,05.

Како би се тестирала корелација између слушања радија и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Слушање радија	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,076	0,507
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,137	0,233
Да се ближе повежем са члановима породице	0,033	0,773
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,135	0,239
Да се упустим у нова истраживања	0,122	0,285
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,096	0,403
Да трагам за новим сазнањима	0,142	0,216
Да откривам нове ствари	0,135	0,240
Да учествујем у образовним активностима	0,198	0,082
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,220	0,053
Да се релаксирам	0,074	0,522
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,108	0,348
Да квалитетно проведем слободно време	0,213	0,061
Да заборавим свакодневне обавезе	0,313**	0,005
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	-0,017	0,885

Табела 58: Коефицијенти корелације између слушања радија и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Слушање радија је у значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да заборавим свакодневне обавезе“, $r_s(78)=0,31$, p=0,01. Коефицијенти корелације слушања радија и осталих тврдњи на скали мотивације нису значајни, p>0,05.

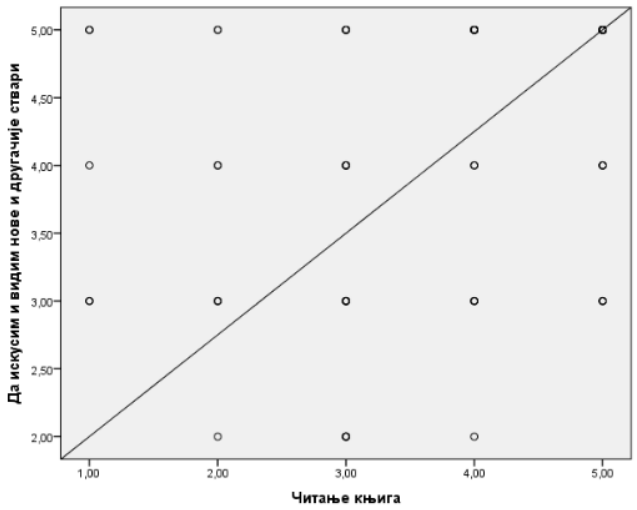
У циљу тестирања повезаности између читања књига и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Читање књига	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,055	0,631

Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,194	0,089
Да се ближе повежем са члановима породице	-0,011	0,922
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,457**	0,000
Да се упустим у нова истраживања	0,388**	0,000
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,483**	0,000
Да трагам за новим сазнањима	0,422**	0,000
Да откривам нове ствари	0,481**	0,000
Да учествујем у образовним активностима	0,418**	0,000
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,297**	0,008
Да се релаксирам	0,212	0,062
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,044	0,700
Да квалитетно проведем слободно време	0,194	0,088
Да заборавим свакодневне обавезе	0,243*	0,032
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,182	0,113

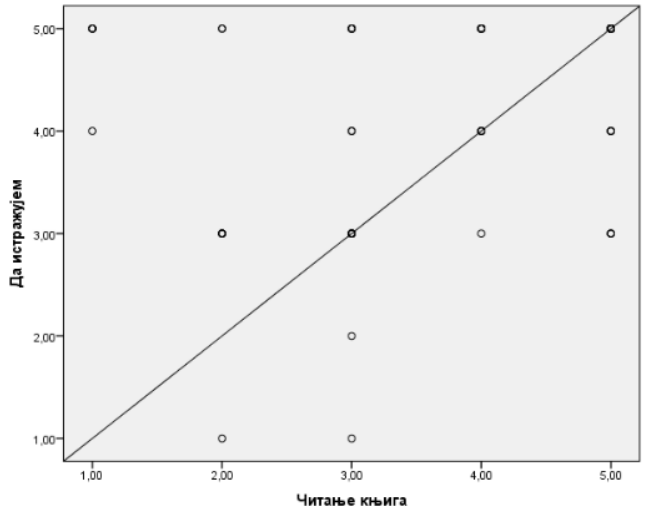
Табела 59: Коефицијенти корелације између читања књига и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Читање књига је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да доживим нова, разноврсна искуства“, $r_s(78)=0,46$, $p<0,001$.



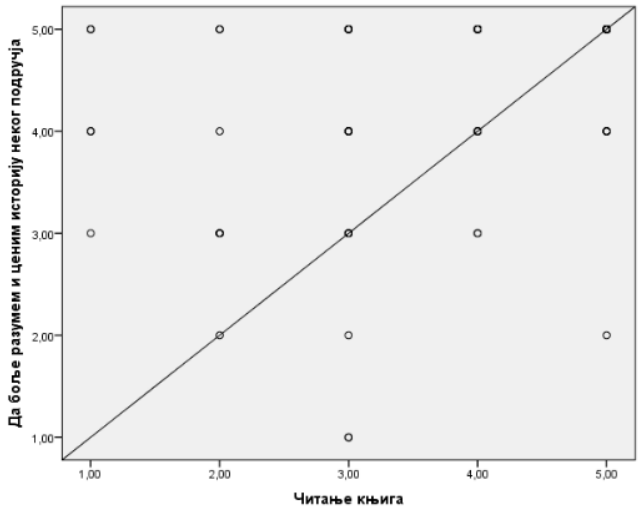
Графикон 24: Корелација између скорова на тврдњама „ Читање књига“ и „Да доживим нова, разноврсна искуства“. Извор: истраживање ауторке

Читање књига је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се упустим у нова истраживања“, $r_s(78)=0,39$, $p<0,001$.



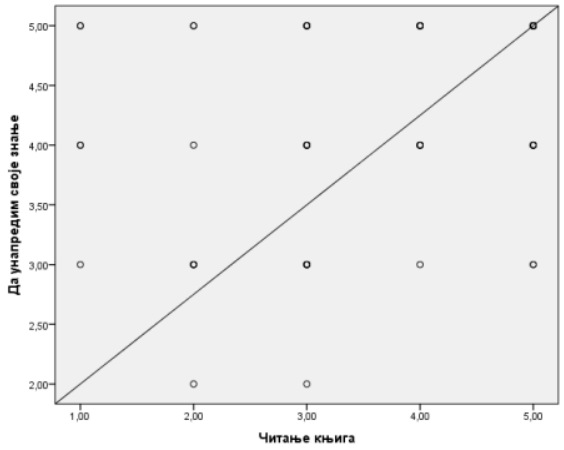
Графикон 25: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке.

Читање књига је у значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“, $r_s(78)=0,48$, $p<0,001$.



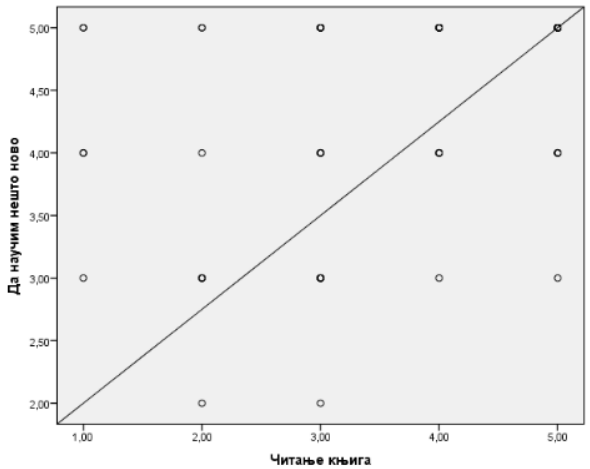
Графикон 26: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“. Извор: истраживање ауторке.

Читање књига је у значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да трагам за новим сазнањима“, $r_s(78)=0,42$, $p<0,001$.



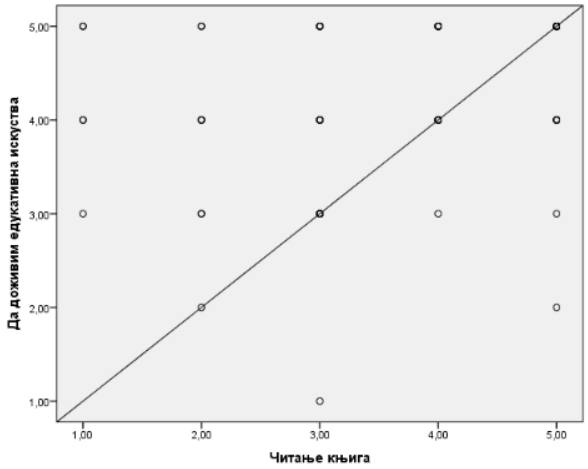
Графикон 27: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да трагам за новим сазнањима“. Извор: истраживање ауторке.

Читање књига је у значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да откривам нове ствари“, $r_s(78)=0,48$, $p<0,001$.



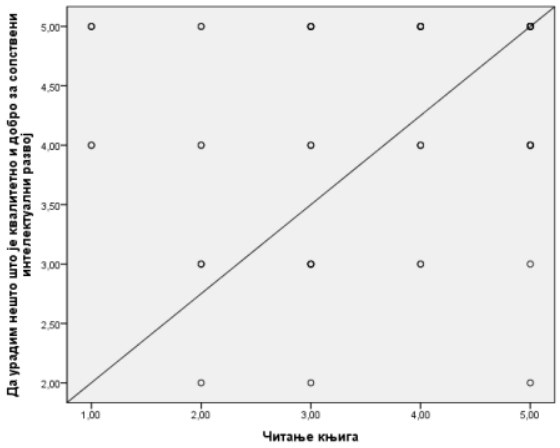
Графикон 28: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да откривам нове ствари“. Извор: истраживање ауторке

Читање књига је у значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да учествујем у образовним активностима“, $r_s(78)=0,42$, $p<0,001$.



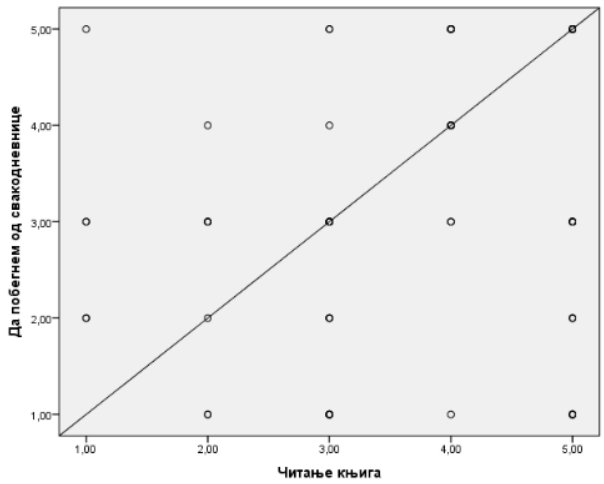
Графикон 29: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке

Читање књига је у значајно, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“, $r_s(78)=0,30$, $p=0,01$.



Графикон 30: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке

Читање књига је у значајно, позитивно и слабо повезана са тврдњом „Да заборавим свакодневне обавезе“, $r_s(78)=0,24$, $p=0,03$.



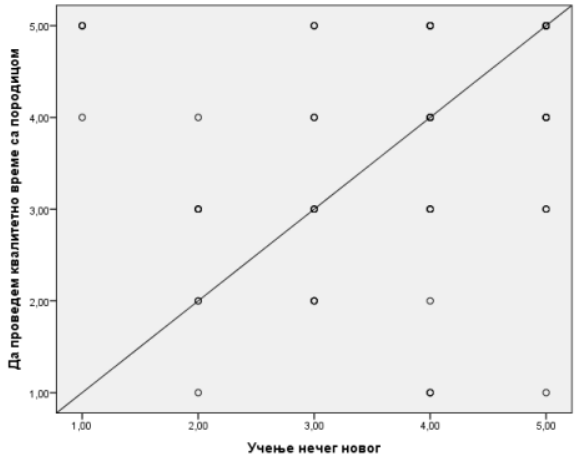
Графикон 31: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да заборавим свакодневне обавезе“. Извор: истраживање ауторке

Да би се проверила повезаност између жеље за учењем новог садржаја и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Учење нечег новог	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,322**	0,004
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,386**	0,000
Да се ближе повежем са члановима породице	0,269*	0,017
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,193	0,090
Да се упустим у нова истраживања	0,321**	0,004
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,342**	0,002
Да трагам за новим сазнањима	0,259*	0,022
Да откривам нове ствари	0,261*	0,021
Да учествујем у образовним активностима	0,345**	0,002
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,292**	0,010
Да се релаксирам	0,228*	0,044
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,257*	0,023
Да квалитетно проведем слободно време	0,220	0,053
Да заборавим свакодневне обавезе	0,202	0,076
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,033	0,775

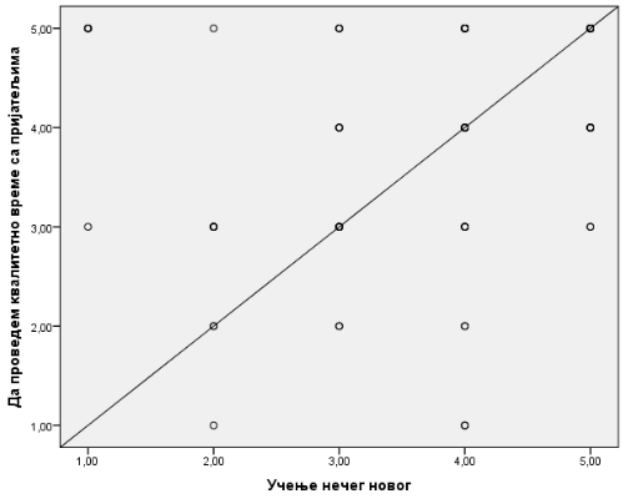
Табела 60: Коефицијенти корелације између жеље за учењем новог садржаја и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Жеља за учењем новог садржаја је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“, $r_s(78)=0,32$, $p=0,004$.



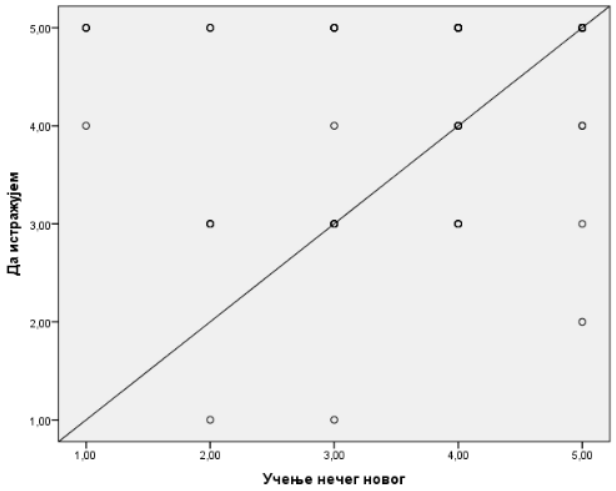
Графикон 32: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за учењем новог садржаја је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“, $r_s(78)=0,39$, $p<0,001$.



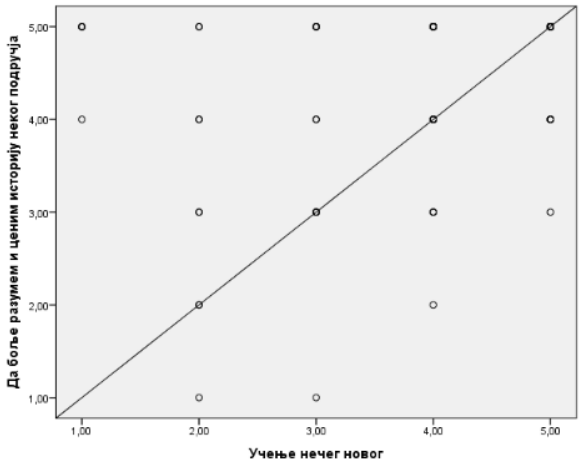
Графикон 33: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за учењем новог садржаја је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се упустим у нова истраживања“, $r_s(78)=0{,}32$, $p=0{,}004$.



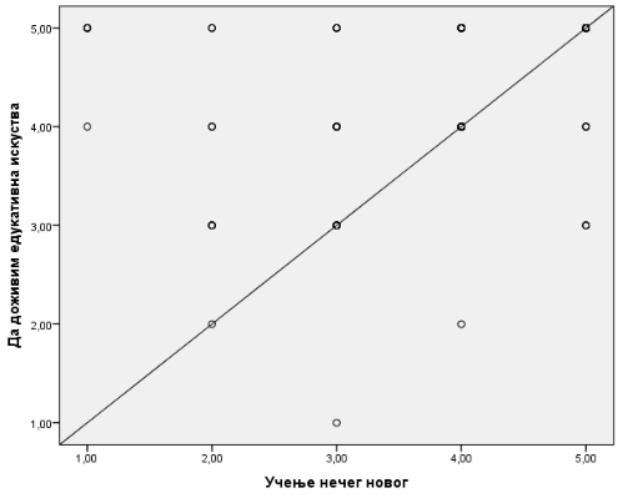
Графикон 34: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за учењем новог садржаја је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“, $r_s(78)=0{,}34$, $p=0{,}002$.



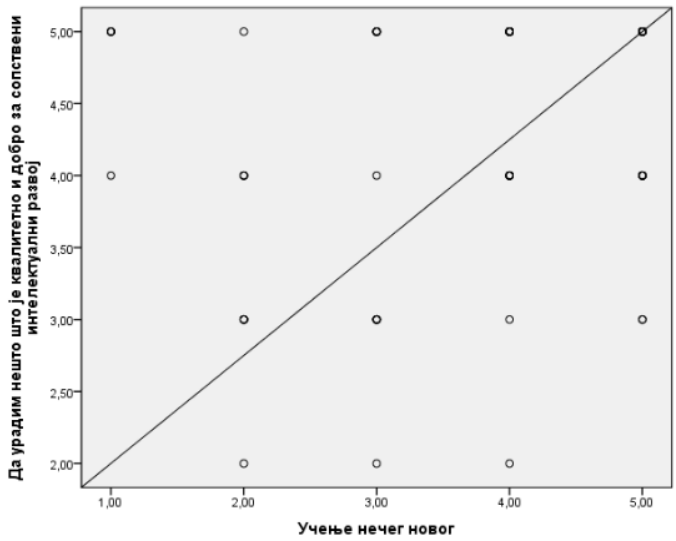
Графикон 35: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за учењем новог садржаја је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да учествујем у образовним активностима“, $r_s(78)=0,34$, $p=0,002$.



Графикон 36: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за учењем новог садржаја је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“, $r_s(78)=0,29$, $p=0,01$.



Графикон 37: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке

Жеља за учењем новог садржаја је значајна, позитивно и слабо повезана са следећим са тврдњама:

- „Да се ближе повежем са члановима породице“, $r_s(78)=0,27$, $p=0,02$,
- „Да трагам за новим сазнањима“, $r_s(78)=0,26$, $p=0,02$,
- „Да откривам нове ствари“, $r_s(78)=0,26$, $p=0,02$,
- „Да се релаксирам“, $r_s(78)=0,23$, $p=0,04$ и
- „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“, $r_s(78)=0,26$, $p=0,02$.

Како би се тестирала повезаност између сурфовања интернетом и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Сурфовање интернетом	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,099	0,390
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,129	0,260
Да се ближе повежем са члановима породице	0,027	0,816
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,164	0,151
Да се упустим у нова истраживања	0,193	0,091
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,296**	0,009
Да трагам за новим сазнањима	0,184	0,108
Да откривам нове ствари	0,235*	0,038
Да учествујем у образовним активностима	0,126	0,272
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,155	0,174
Да се релаксирам	0,169	0,140
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,082	0,476
Да квалитетно проведем слободно време	-0,019	0,868
Да заборавим свакодневне обавезе	0,041	0,724
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,363**	0,001

Табела 61: Коефицијенти корелације између сурфовања интернетом и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Сурфовање интернетом је значајна, позитивно и умерено повезано са следећим са тврдњама:

- „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“, $r_s(78)=0,30$, $p=0,01$ и

- „Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа“, $r_s(78)=0,36$, $p=0,001$.

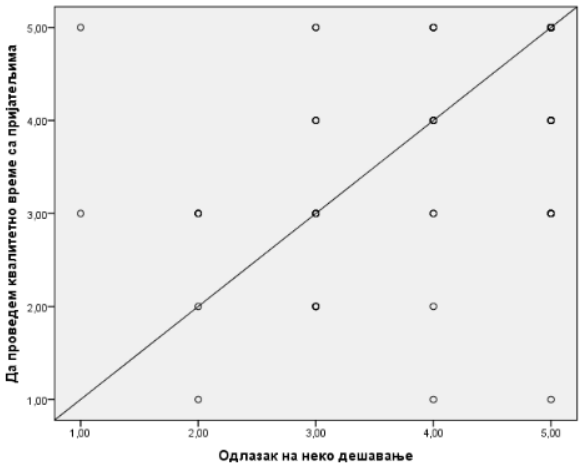
  Сурфовање интернетом је значајна, позитивно и слабо повезано са тврдњом:
- „Да откривам нове ствари“, $r_s(78)=0,24$, $p=0,04$.

У циљу провере повезаности између присуства на дешавању и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Присуство неком културном дешавању	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,400**	0,000
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,512**	0,000
Да се ближе повежем са члановима породице	0,337**	0,003
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,610**	0,000
Да се упустим у нова истраживања	0,385**	0,001
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,557**	0,000
Да трагам за новим сазнањима	0,468**	0,000
Да откривам нове ствари	0,518**	0,000
Да учествујем у образовним активностима	0,448**	0,000
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,473**	0,000
Да се релаксирам	0,432**	0,000
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,305**	0,007
Да квалитетно проведем слободно време	0,346**	0,002
Да заборавим свакодневне обавезе	0,392**	0,000
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,152	0,188

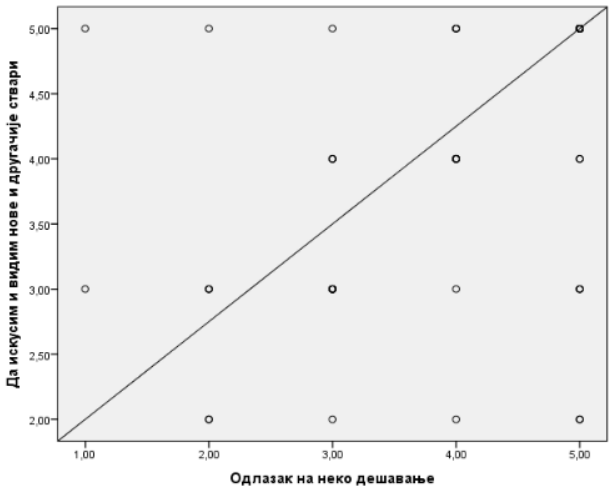
Табела 62: Коефицијенти корелације између присуства на дешавању и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајна, позитивно и јако повезана са тврдњом „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“, $r_s(78)=0,51$, $p<0,001$.



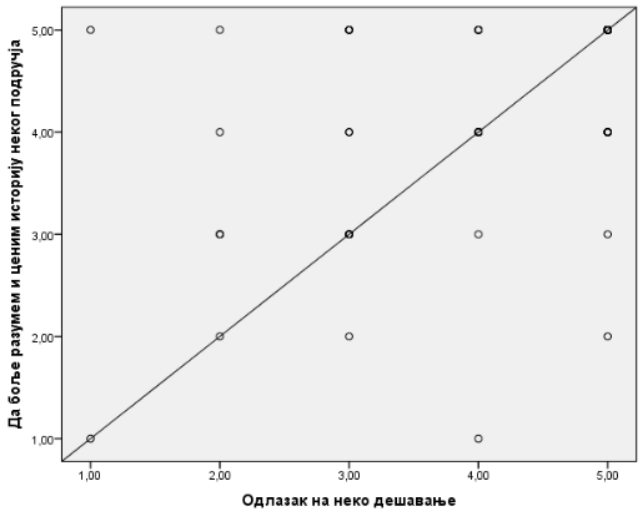
Графикон 38: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајна, позитивно и јако повезана са тврдњом „Да доживим нова, разноврсна искуства“, $r_s(78)=0,61$, $p<0,001$.



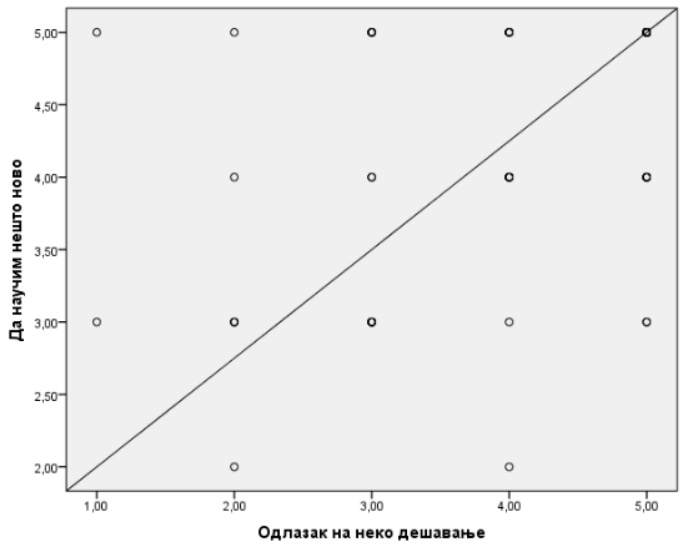
Графикон 39: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да доживим нова, разноврсна искуства“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајна, позитивно и јако повезана са тврдњом „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“, $r_s(78)=0,56$, $p<0,001$.



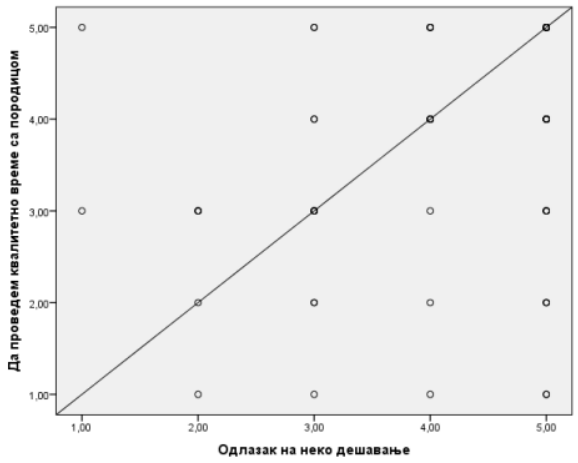
Графикон 40: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајно, позитивно и јако повезана са тврдњом „Да откривам нове ствари“, $r_s(78)=0,52$, $p<0,001$.



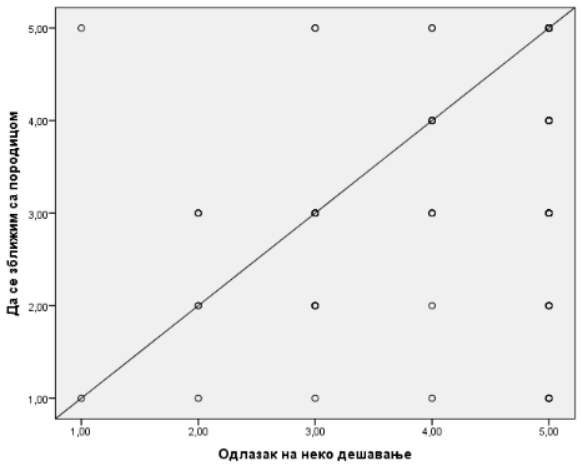
Графикон 41: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да откривам нове ствари“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“, $r_s(78)=0,40$, $p<0,001$.



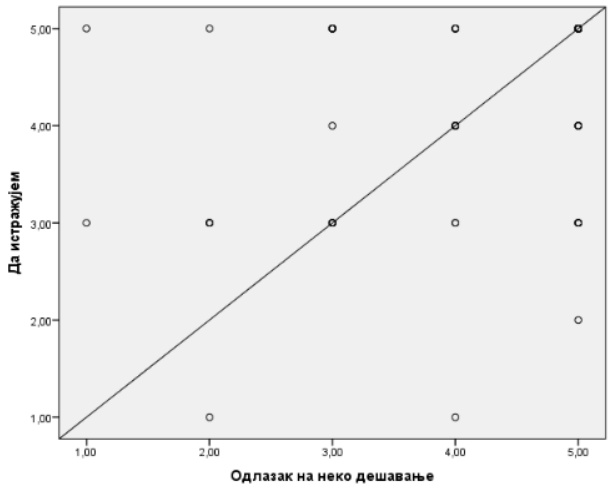
Графикон 42: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се ближе повежем са члановима породице“, $r_s(78)=0,34$, $p=0,003$.



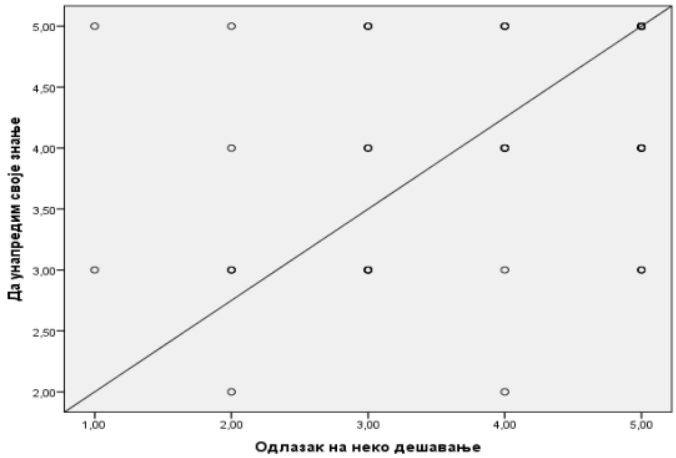
Графикон 43: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да се ближе повежем са члановима породице“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајно, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се упустим у нова истраживања“, $r_s(78)=0,39$, $p=0,001$.



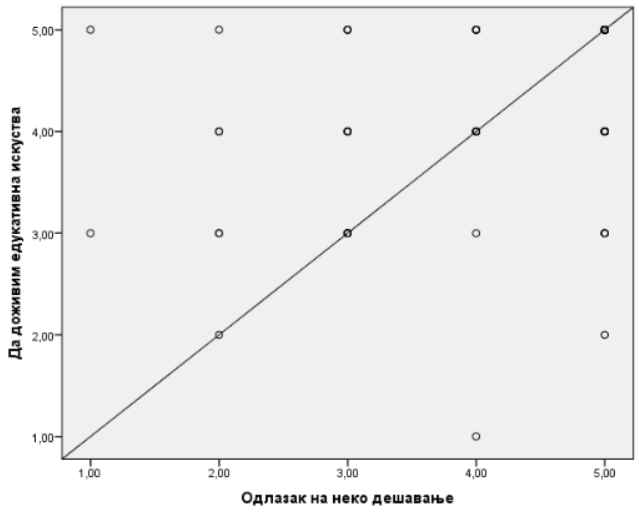
Графикон 44: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајно, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да трагам за новим сазнањима“, $r_s(78)=0,47$, $p<0,001$.



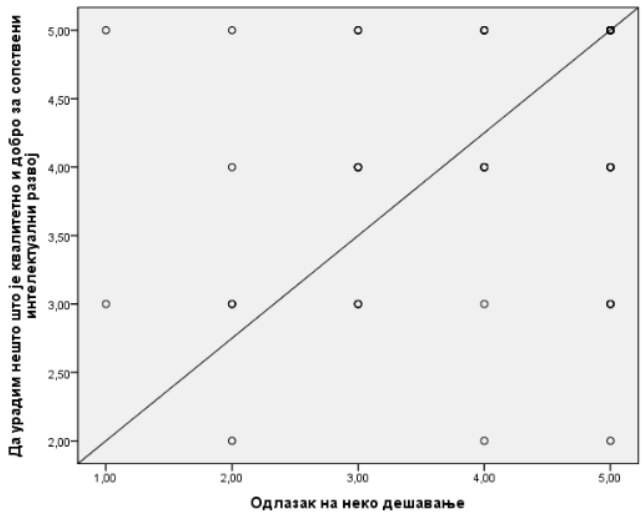
Графикон 45: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да трагам за новим сазнањима“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да учествујем у образовним активностима“, $r_s(78)=0{,}45$, $p<0{,}001$.



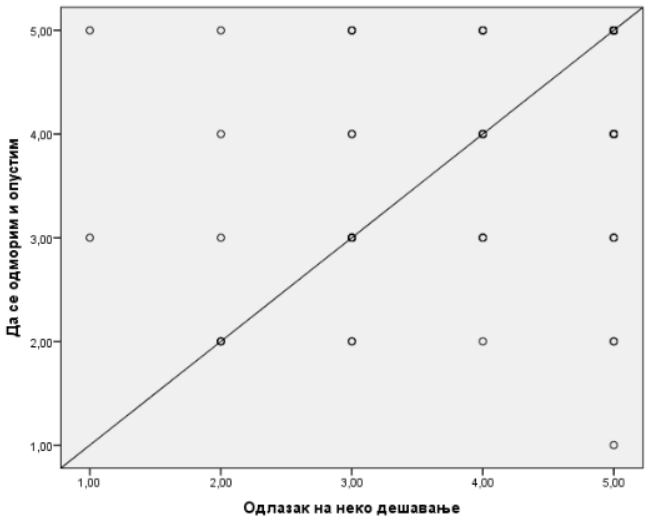
Графикон 46: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“, $r_s(78)=0{,}47$, $p<0{,}001$.



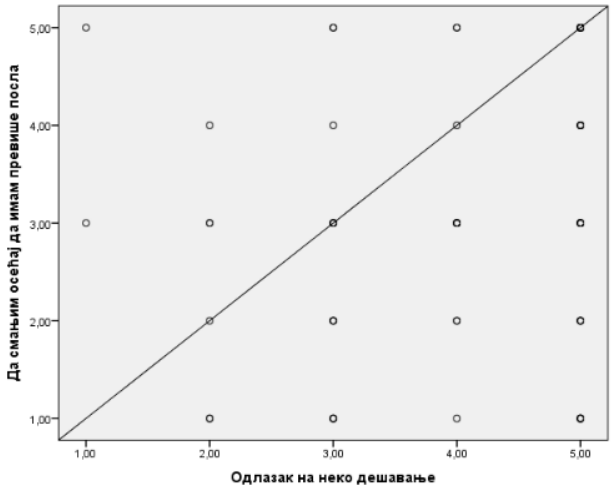
Графикон 47: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да се релаксирам“, $r_s(78)=0,43$, $p<0,001$.



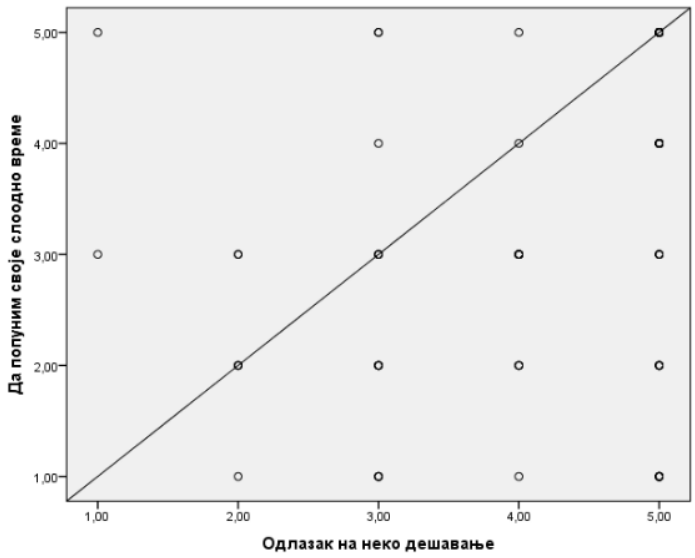
Графикон 48: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да се релаксирам“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајно, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“, $r_s(78)=0,31$, $p=0,01$.



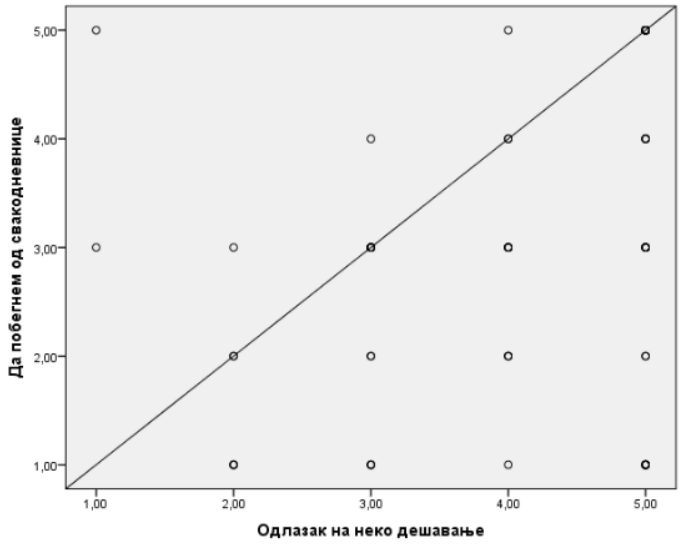
Графикон 49: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајна, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да квалитетно проведем слободно време“, $r_s(78)=0,35$, $p=0,002$.



Графикон 50: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да квалитетно проведем слободно време“. Извор: истраживање ауторке

Присутност на дешавању је значајно, позитивно и умерено повезана са тврдњом „Да побегнем од свакодневнице“, $r_s(78)=0,39$, $p<0,001$.



Графикон 51: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да побегнем од свакодневнице“. Извор: истраживање ауторке

Да би се проверила повезаност између одласка на излете у природу и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Боравак у природи	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,384**	0,001
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,379**	0,001
Да се ближе повежем са члановима породице	0,358**	0,001
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,354**	0,001
Да се упустим у нова истраживања	0,501**	0,000
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,380**	0,001
Да трагам за новим сазнањима	0,347**	0,002
Да откривам нове ствари	0,286*	0,011
Да учествујем у образовним активностима	0,286*	0,011
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,433**	0,000
Да се релаксирам	0,420**	0,000
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,309**	0,006
Да квалитетно проведем слободно време	0,364**	0,001
Да заборавим свакодневне обавезе	0,323**	0,004
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,128	0,266

Табела 63: Коефицијенти корелације између одласка на излете у природи и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Одлазак на излете у природу је значајна, позитивно и јако повезана са тврдњом:

- „Да се упустим у нова истраживања“, $r_s(78)=0,50$, $p<0,001$.

Одлазак на излете у природу је значајна, позитивно и умерено повезана са следећим тврдњама:

- „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“, $r_s(78)=0,38$, $p=0,001$,
- „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“, $r_s(78)=0,38$, $p=0,001$,

- „Да се ближе повежем са члановима породице“, $r_s(78)=0,36$, $p=0,001$,
- „Да доживим нова, разноврсна искуства“, $r_s(78)=0,35$, $p=0,001$,
- „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“, $r_s(78)=0,38$, $p=0,001$,
- „Да трагам за новим сазнањима“, $r_s(78)=0,35$, $p=0,002$,
- „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“, $r_s(78)=0,43$, $p<0,001$,
- „Да се релаксирам“, $r_s(78)=0,42$, $p<0,001$,
- „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“, $r_s(78)=0,31$, $p=0,01$,
- „Да квалитетно проведем слободно време“, $r_s(78)=0,36$, $p=0,001$ и
- „Да заборавим свакодневне обавезе“, $r_s(78)=0,32$, $p=0,004$.

Одлазак на излете у природу је значајна, позитивно и слабо повезана са следећим тврдњама:

- „Да откривам нове ствари“, $r_s(78)=0,29$, $p=0,01$ и
- „Да учествујем у образовним активностима“, $r_s(78)=0,29$, $p=0,01$.

У циљу тестирања повезаности између бављења спортом и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Бављење спортом	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,280*	0,013
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,277*	0,014
Да се ближе повежем са члановима породице	0,239*	0,035
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,087	0,449
Да се упустим у нова истраживања	0,273*	0,015
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,100	0,382
Да трагам за новим сазнањима	0,136	0,236
Да откривам нове ствари	0,082	0,474
Да учествујем у образовним активностима	0,221	0,051
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,250*	0,027
Да се релаксирам	0,234*	0,039
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,341**	0,002
Да квалитетно проведем слободно време	0,340**	0,002

Да заборавим свакодневне обавезе	0,247*	0,029
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	-0,037	0,751

Табела 64: Коефицијенти корелације између бављења спортом и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Бављење спортом је значајна, позитивно и слабо повезана са следећим тврдњама:

- „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“, $r_s(78)=0,28$, $p=0,01$,
- „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“, $r_s(78)=0,28$, $p=0,01$,
- „Да се ближе повежем са члановима породице“, $r_s(78)=0,24$, $p=0,04$,
- „Да се упустим у нова истраживања“, $r_s(78)=0,27$, $p=0,02$,
- „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“, $r_s(78)=0,25$, $p=0,03$,
- „Да се релаксирам“, $r_s(78)=0,23$, $p=0,04$ и
- „Да заборавим свакодневне обавезе“, $r_s(78)=0,25$, $p=0,03$.

Бављење спортом је значајна, позитивно и умерено повезана са следећим тврдњама:

- „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“, $r_s(78)=0,34$, $p=0,002$ и
- „Да квалитетно проведем слободно време“, $r_s(78)=0,34$, $p=0,002$.

Како би била тестирана корелација између играња игрица и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Играње игрица	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	-0,162	0,156
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	-0,167	0,144
Да се ближе повежем са члановима породице	-0,202	0,076
Да доживим нова, разноврсна искуства	-0,147	0,199
Да се упустим у нова истраживања	0,037	0,747
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,046	0,688
Да трагам за новим сазнањима	0,068	0,553
Да откривам нове ствари	0,034	0,767

Да учествујем у образовним активностима	-0,077	0,501
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	-0,030	0,794
Да се релаксирам	-0,246*	0,030
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	-0,149	0,193
Да квалитетно проведем слободно време	-0,187	0,102
Да заборавим свакодневне обавезе	-0,134	0,242
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,136	0,238

Табела 65: Коефицијенти корелације између играња игрица и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Играње игрица је значајна, негативно и слабо повезана са тврдњом „Да се релаксирам“, $r_s(78)=-0,25$, $p=0,03$.

Повезаност играња игрица и осталих тврдњи на скали мотивације за посету установама културе није значајна, $p>0,05$.

Да би се тестирала корелација између бављења хобијем и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Бављење хобијем	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,132	0,248
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,272*	0,016
Да се ближе повежем са члановима породице	0,064	0,580
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,303**	0,007
Да се упустим у нова истраживања	0,309**	0,006
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,304**	0,007
Да трагам за новим сазнањима	0,303**	0,007
Да откривам нове ствари	0,280*	0,013
Да учествујем у образовним активностима	0,360**	0,001
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,292**	0,010
Да се релаксирам	0,115	0,316
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,156	0,172
Да квалитетно проведем слободно време	0,180	0,114
Да заборавим свакодневне обавезе	0,189	0,097
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,152	0,188

Табела 66: Коефицијенти корелације између бављења хобијем и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Бављење хобијем је значајна, позитивно и слабо повезана са следећим тврдњама:

- „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“, $r_s(78)=0,27$, $p=0,02$,
- „Да откривам нове ствари“, $r_s(78)=0,28$, $p=0,01$ и
- „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“, $r_s(78)=0,29$, $p=0,01$.

Бављење хобијем је значајна, позитивно и умерено повезана са следећим тврдњама:

- „Да доживим нова, разноврсна искуства“, $r_s(78)=0,30$, $p=0,01$,
- „Да се упустим у нова истраживања“, $r_s(78)=0,31$, $p=0,01$,
- „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“, $r_s(78)=0,30$, $p=0,01$,
- „Да трагам за новим сазнањима“, $r_s(78)=0,30$, $p=0,01$ и
- „Да учествујем у образовним активностима“, $r_s(78)=0,36$, $p=0,001$.

Да би се тестирала корелација између спавања или одмарања и мотивацијом за посету установама културе, коришћен је Спирманов (Spearman) коефицијент корелације.

Тврдња	Спавање/одмарање	
	r_s	p
Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	0,020	0,859
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	0,137	0,231
Да се ближе повежем са члановима породице	0,029	0,804
Да доживим нова, разноврсна искуства	0,241*	0,034
Да се упустим у нова истраживања	0,265*	0,019
Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја	0,258*	0,023
Да трагам за новим сазнањима	0,310**	0,006
Да откривам нове ствари	0,337**	0,003
Да учествујем у образовним активностима	0,289*	0,010
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	0,283*	0,012
Да се релаксирам	0,144	0,207
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	0,163	0,155
Да квалитетно проведем слободно време	0,204	0,074
Да заборавим свакодневне обавезе	0,267*	0,018
Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа	0,211	0,066

Табела 67: Коефицијенти корелације између одмарања и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Спавање или одмарање је значајна, позитивно и слабо повезано са следећим тврдњама:

- „Да доживим нова, разноврсна искуства“, $r_s(78)=0,24$, $p=0,03$,
- „Да се упустим у нова истраживања“, $r_s(78)=0,27$, $p=0,02$,
- „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“, $r_s(78)=0,26$, $p=0,02$,
- „Да учествујем у образовним активностима“, $r_s(78)=0,29$, $p=0,01$,
- „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“, $r_s(78)=0,28$, $p=0,01$ и
- „Да заборавим свакодневне обавезе“, $r_s(78)=0,27$, $p=0,02$.

Спавање или одмарање је значајна, позитивно и умерено повезано са следећим тврдњама:

- „Да трагам за новим сазнањима“, $r_s(78)=0,31$, $p=0,01$ и
- „Да откривам нове ствари“, $r_s(78)=0,34$, $p=0,003$.

Мотивација посетилаца за посету установама културе и програмима које оне организују је базирана на њиховим личним афинитетима. Установе културе имају задатак да својим културним садржајима додатно утичу на повећање мотивације посетилаца и привуку оне који или нису редовни посетиоци или веома ретко посећују културне програме. Наведено је усмерено ка неговању и развоју културне публике, као и повећању броја културно-туристичких посетилаца и туриста.

Хипотеза 9

Ниво задовољства посетом установама културе у значајној је статистичкој вези са социо-демографским атрибутима испитаних посетилаца.

Да би се провериле разлике по полу у односу на осећања након посете установе културе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је пол, а зависне варијабле су осећања након посете установе културе на скали од 1 до 5.

Тврдња	Пол	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Изгубљено или дезоријентисано	Женско	1,500	1,068	1,000	1,000	1,250	0,650
	Мушко	1,510	0,880	1,000	1,000	2,000	
Уморно	Женско	1,962	1,216	1,500	1,000	3,000	0,276
	Мушко	2,000	2,993	1,000	1,000	2,000	
Да нисам имао/ла осећај за време	Женско	2,808	1,234	3,000	1,750	4,000	0,625
	Мушко	2,686	1,421	3,000	1,000	4,000	
Осећао сам досаду	Женско	1,654	1,056	1,000	1,000	2,000	0,661
	Мушко	1,510	0,809	1,000	1,000	2,000	
Да сам научио нешто ново	Женско	4,346	0,936	5,000	4,000	5,000	0,811
	Мушко	4,176	1,161	5,000	4,000	5,000	
Задивљеност нечим што сам видео	Женско	4,269	0,778	4,000	4,000	5,000	0,898
	Мушко	4,118	1,194	5,000	3,000	5,000	
Напетост или нервоза	Женско	1,769	1,142	1,000	1,000	2,000	0,085
	Мушко	1,392	0,850	1,000	1,000	1,000	
Да сам изгубио време	Женско	1,538	0,948	1,000	1,000	2,000	0,165
	Мушко	1,373	0,894	1,000	1,000	1,000	
Задовољство, спокој и срећу	Женско	3,846	1,190	4,000	3,000	5,000	0,411
	Мушко	4,059	1,190	5,000	3,000	5,000	
Да сам се добро забавио	Женско	3,731	1,218	3,500	3,000	5,000	0,128
	Мушко	4,157	1,173	5,000	3,000	5,000	

Табела 68: Разлике по полу у односу на осећања након посете установе културе. Извор: истраживање ауторке

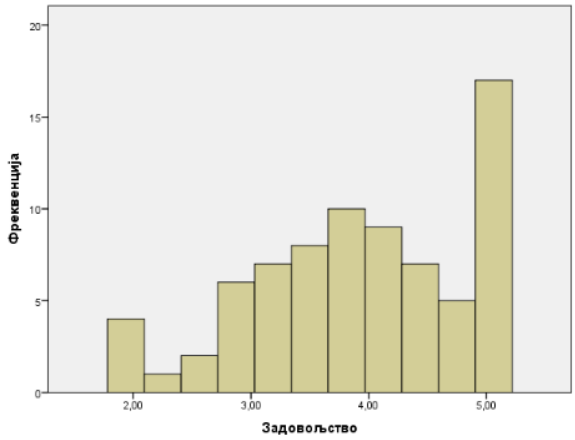
Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између жена и мушкараца по осећањима након посете установе културе, $p>0,05$.

Како би се тестирале разлике по полу у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је пол, а зависна варијабла је задовољство одређеним аспектима установе културе на скали распона од 1 до 5, где већи број означава већу учесталост.

Укупно задовољство одређеним аспектима установе културе је рачунато као просечан скор (збир свих одговора подељен његовим бројем). Поузданост скале је проверена помоћу Cronbach α. Поузданост скале је добра (α=0,859).

У просеку, испитаници су углавном задовољни одређеним аспектима установе културе (M=3,94; SD=0,88). Распон укупног задовољства се креће од 1,94 до 5,00.

Да би се проверила нормалност дистрибуције коришћен је Колмогоров-Смирнов тест. Дистрибуција укупног задовољства одређеним аспектима установе културе се не може сматрати приближно нормалном, p<0,05.



Графикон 4: Укупно задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке

Тврдња	Пол	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Доступност резервације и куповине карата	Женско	3,808	1,167	4,000	3,000	5,000	0,870
	Мушко	3,843	1,206	4,000	3,000	5,000	
Опција заказивања групне посете	Женско	3,769	1,107	4,000	3,000	5,000	0,680
	Мушко	3,843	1,239	4,000	3,000	5,000	
Доступност информација о установи културе	Женско	4,038	0,916	4,000	3,000	5,000	0,941
	Мушко	3,961	1,131	4,000	3,000	5,000	
Посета установе културе	Женско	4,000	0,748	4,000	3,000	5,000	0,415
	Мушко	4,098	0,985	4,000	3,000	5,000	
Квалитет изложби и програма	Женско	4,038	0,774	4,000	3,000	5,000	0,429
	Мушко	4,098	1,100	5,000	3,000	5,000	
Количина информација о изложби	Женско	4,038	0,824	4,000	3,000	5,000	0,623
	Мушко	4,078	1,036	4,000	3,000	5,000	
Различите могућности сагледавања изложбе и програма	Женско	3,962	0,916	4,000	3,000	5,000	0,382
	Мушко	4,078	1,129	4,000	3,000	5,000	
Доступност информација о атракцијама у близини установе културе	Женско	3,885	1,071	4,000	3,000	5,000	0,773
	Мушко	3,882	1,259	4,000	3,000	5,000	
Достпуност информација о другим установама културе који се налазе у близини	Женско	3,923	0,977	4,000	3,000	5,000	0,847
	Мушко	3,843	1,332	4,000	3,000	5,000	
	Женско	3,846	0,925	4,000	3,000	5,000	0,674

Низ активности у којима могу учествовати приликом посете установи културе	Мушко	4,824	7,271	4,000	3,000	5,000	
Визуелним изгледом простора за излагање	Женско	3,808	0,849	4,000	3,000	4,250	0,458
	Мушко	3,882	1,211	4,000	3,000	5,000	
Хигијеном установе културе	Женско	3,962	0,871	4,000	3,000	5,000	0,627
	Мушко	3,980	1,169	4,000	3,000	5,000	
Простор за опуштање и одмор	Женско	3,269	1,185	3,000	3,000	4,250	0,496
	Мушко	3,490	1,286	3,000	3,000	5,000	
Приступачност запослених	Женско	4,038	0,871	4,000	3,000	5,000	0,950
	Мушко	3,961	1,113	4,000	3,000	5,000	
Пријазност запослених	Женско	4,269	0,874	5,000	3,000	5,000	0,929
	Мушко	4,216	1,083	5,000	4,000	5,000	
Жеља запослених да помогну	Женско	4,231	0,908	5,000	3,000	5,000	0,793
	Мушко	4,235	1,069	5,000	4,000	5,000	
Укупно задовољство	Женско	3,930	0,719	3,688	3,406	4,766	0,530
	Мушко	3,951	0,961	4,063	3,219	4,906	

Табела 69: Разлике по полу у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између жена и мушкараца по задовољству одређеним аспектима установе културе, $p>0,05$.

Да би се тестирале разлике по старости испитаника у односу на осећања након посете установе културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је старост, а зависна варијабла је осећања након посете установе културе на скали од 1 до 5.

Тврдње	Старост	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Изгубљено или дезоријентисано	Од 29 до 39	1,783	1,204	1,000	1,000	3,000	0,228
	Од 40 до 49	1,514	0,919	1,000	1,000	2,000	
	50 и више	1,158	0,375	1,000	1,000	1,000	
Уморно	Од 29 до 39	3,000	4,317	2,000	1,000	3,000	0,047
	Од 40 до 49	1,657	0,938	1,000	1,000	2,000	
	50 и више	1,368	0,761	1,000	1,000	2,000	
Да нисам имао осећај за време	Од 29 до 39	2,739	1,322	3,000	1,000	4,000	0,852
	Од 40 до 49	2,657	1,434	3,000	1,000	4,000	
	50 и више	2,842	1,302	3,000	2,000	3,000	
Осећао сам досаду	Од 29 до 39	1,783	1,126	1,000	1,000	3,000	0,628
	Од 40 до 49	1,457	0,741	1,000	1,000	2,000	
	50 и више	1,474	0,841	1,000	1,000	2,000	

Да сам научио нешто ново	Од 29 до 39	4,087	1,125	4,000	3,000	5,000	0,626
	Од 40 до 49	4,314	1,022	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,263	1,195	5,000	4,000	5,000	
Задивљеност нечим што сам видео	Од 29 до 39	4,174	1,072	5,000	3,000	5,000	0,860
	Од 40 до 49	4,171	1,175	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,158	0,898	4,000	4,000	5,000	
Напетост или нервоза	Од 29 до 39	2,043	1,461	1,000	1,000	3,000	0,180
	Од 40 до 49	1,314	0,583	1,000	1,000	2,000	
	50 и више	1,263	0,452	1,000	1,000	2,000	
Да сам изгубио време	Од 29 до 39	1,609	1,158	1,000	1,000	2,000	0,800
	Од 40 до 49	1,400	0,881	1,000	1,000	1,000	
	50 и више	1,263	0,562	1,000	1,000	1,000	
Задовољство, спокој и срећу	Од 29 до 39	3,957	1,186	4,000	3,000	5,000	0,558
	Од 40 до 49	4,143	1,089	5,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,737	1,368	4,000	2,000	5,000	
Да сам се добро забавио	Од 29 до 39	4,087	1,041	5,000	3,000	5,000	0,211
	Од 40 до 49	4,200	1,106	5,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,579	1,465	4,000	2,000	5,000	

Табела 70: Разлике по старости испитаника у односу на осећања након посете установе културе. Извор: истраживање ауторке

Постоји значајна разлика по осећању умора приликом посете установама културе у зависности од старости, χ^2 (2, n=77)=6,13; p=0,05. Да би се проверило међу којим старосним групама настаје разлика коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа поузданости (α=0,017). Испитаници старости од 29 до 39 година (Md=2,00) имају значајно већу медијану у односу на испитанике са 50 и више година (Md=1,00), p=0,02. Разлике између осталих група старости нису значајне, p>0,05.

Разлика по осталим осећањима приликом посете установама културе у односу на старост нису значајне, p>0,05.

Како би се тестирале разлике по старости испитаника у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је старост, а зависна варијабла је задовољство одређеним аспектима установе културе на скали распона од 1 до 5.

Тврдње	Старост	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Доступност резервације и куповине карата	Од 29 до 39	3,783	1,313	4,000	3,000	5,000	0,589
	Од 40 до 49	3,971	1,098	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,632	1,212	4,000	2,000	5,000	
Опција заказивања групне посете	Од 29 до 39	3,913	1,164	4,000	3,000	5,000	0,690
	Од 40 до 49	3,886	1,105	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,579	1,387	4,000	2,000	5,000	
Информације које су ми биле доступне када сам планирао/ла посету установи културе	Од 29 до 39	3,870	1,100	4,000	3,000	5,000	0,796
	Од 40 до 49	4,086	0,981	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,947	1,177	4,000	3,000	5,000	
Посета установе културе	Од 29 до 39	4,217	0,736	4,000	4,000	5,000	0,695
	Од 40 до 49	3,971	0,954	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	4,053	1,026	4,000	3,000	5,000	
Квалитет изложби и програма	Од 29 до 39	4,217	0,795	4,000	4,000	5,000	0,478
	Од 40 до 49	4,143	1,004	4,000	4,000	5,000	
	50 и више	3,789	1,182	4,000	3,000	5,000	
Количина информација о изложби	Од 29 до 39	4,174	0,778	4,000	4,000	5,000	0,536
	Од 40 до 49	4,143	0,944	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,789	1,182	4,000	3,000	5,000	
Различите могућности сагледавања изложбе и програма	Од 29 до 39	4,043	1,022	4,000	3,000	5,000	0,791
	Од 40 до 49	4,114	1,051	4,000	4,000	5,000	
	50 и више	3,895	1,150	4,000	3,000	5,000	
Доступност информација о атракцијама у близини установе културе	Од 29 до 39	3,957	1,022	4,000	3,000	5,000	0,565
	Од 40 до 49	3,971	1,248	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,632	1,300	4,000	3,000	5,000	
Достпуност информација о другим установама културе који се налазе у близини	Од 29 до 39	3,913	1,083	4,000	3,000	5,000	0,877
	Од 40 до 49	3,914	1,269	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,737	1,327	4,000	3,000	5,000	
Низ активности у којима могу учествовати приликом посете установи културе	Од 29 до 39	4,000	1,044	4,000	3,000	5,000	0,627
	Од 40 до 49	5,257	8,736	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,684	1,157	4,000	3,000	5,000	
Визуелним изгледом простора за излагање	Од 29 до 39	3,870	1,100	4,000	3,000	5,000	0,328
	Од 40 до 49	4,000	1,111	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,579	1,071	4,000	3,000	4,000	
Хигијеном установе културе	Од 29 до 39	3,957	1,107	4,000	3,000	5,000	0,716
	Од 40 до 49	4,059	1,071	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,842	1,068	4,000	3,000	5,000	
Простор за опуштање и одмор	Од 29 до 39	3,217	1,413	3,000	2,000	5,000	0,235
	Од 40 до 49	3,686	1,231	3,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,158	1,015	3,000	2,000	4,000	
Приступачност запослених	Од 29 до 39	3,913	0,996	4,000	3,000	5,000	0,810
	Од 40 до 49	4,057	1,056	4,000	3,000	5,000	
	50 и више	3,947	1,079	4,000	3,000	5,000	
Пријазност запослених	Од 29 до 39	4,217	1,085	5,000	3,000	5,000	0,726
	Од 40 до 49	4,314	0,963	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,105	1,049	4,000	3,000	5,000	
Жеља запослених да помогну	Од 29 до 39	4,217	1,085	5,000	3,000	5,000	0,367
	Од 40 до 49	4,371	0,942	5,000	4,000	5,000	
	50 и више	4,000	1,054	4,000	3,000	5,000	
Укупно задовољство	Од 29 до 39	3,9674	,80390	3,9375	3,5000	4,5625	0,493
	Од 40 до 49	4,0239	,90793	4,0000	3,4844	5,0000	
	50 и више	3,7730	,94263	3,8750	3,0625	4,7500	

Табела 71: Разлике по старости испитаника у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по задовољству одређеним аспектима установе културе по старости, p>0,05.

У циљу провере разлике по образовању у односу на осећања након посете установе културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је образовање, а зависна варијабла је осећања након посете установе културе на скали од 1 до 5.

Тврдња	Образовање	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Изгубљено или дезоријентисано	Средња школа	1,529	0,943	1,000	1,000	2,000	0,978
	Факултет	1,500	0,896	1,000	1,000	2,000	
	Постдипломске студије	1,500	1,030	1,000	1,000	2,000	
Уморно	Средња школа	1,529	0,943	1,000	1,000	2,000	0,551
	Факултет	2,353	3,617	1,000	1,000	3,000	
	Постдипломске студије	1,808	1,096	1,000	1,000	2,250	
Да нисам имао/ла осећај за време	Средња школа	2,765	1,437	3,000	1,000	3,500	0,802
	Факултет	2,824	1,381	3,000	1,750	4,000	
	Постдипломске студије	2,577	1,301	3,000	1,000	3,250	
Осећао сам досаду	Средња школа	1,353	0,702	1,000	1,000	1,500	0,544
	Факултет	1,618	0,888	1,000	1,000	2,000	
	Постдипломске студије	1,615	1,023	1,000	1,000	2,000	
Да сам научио нешто ново	Средња школа	4,235	1,091	5,000	3,000	5,000	0,932
	Факултет	4,235	1,156	5,000	4,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,231	1,032	4,500	4,000	5,000	
Задивљеност нечим што сам видео	Средња школа	4,176	0,951	5,000	3,000	5,000	0,955
	Факултет	4,176	1,141	5,000	4,000	5,000	
	Постдипломске студије	4,154	1,084	4,000	4,000	5,000	
Напетост или нервоза	Средња школа	1,353	0,702	1,000	1,000	1,500	0,275
	Факултет	1,735	1,136	1,000	1,000	2,000	
	Постдипломске студије	1,346	0,846	1,000	1,000	1,250	
Да сам изгубио време	Средња школа	1,353	0,786	1,000	1,000	1,000	0,841
	Факултет	1,441	0,824	1,000	1,000	2,000	
	Постдипломске студије	1,462	1,104	1,000	1,000	1,250	
Задовољство, спокој и срећу	Средња школа	3,882	1,269	5,000	3,000	5,000	0,603
	Факултет	4,118	1,200	5,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,885	1,143	4,000	3,000	5,000	
Да сам се добро забавио	Средња школа	3,882	1,317	5,000	3,000	5,000	0,438
	Факултет	4,206	1,122	5,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,846	1,223	4,000	3,000	5,000	

Табела 72: Разлике по образовању у односу на осећања након посете установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по осећањима приликом посете установи културе по образовању, p>0,05.

Како би биле тестиране разлике по образовању у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је образовање, а зависна варијабла је задовољство одређеним аспектима установе културе на скали од 1 до 5.

Тврдња	Образовање	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Доступност резервације и куповине карата	Средња школа	4,059	1,298	5,000	3,000	5,000	0,474
	Факултет	3,765	0,987	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,769	1,366	4,000	2,750	5,000	
Опција заказивања групне посете	Средња школа	4,000	1,275	5,000	3,000	5,000	0,689
	Факултет	3,824	1,058	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,692	1,320	4,000	3,000	5,000	
Доступност информација о установи културе	Средња школа	4,118	1,111	5,000	3,000	5,000	0,801
	Факултет	3,941	1,071	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,962	1,038	4,000	3,000	5,000	
Посета установе културе	Средња школа	4,118	1,111	5,000	3,000	5,000	0,730
	Факултет	4,118	0,808	4,000	4,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,962	0,916	4,000	3,000	5,000	
Квалитет изложби и програма	Средња школа	4,176	1,074	5,000	3,000	5,000	0,374
	Факултет	4,206	0,880	4,000	3,750	5,000	
	Постдипломске студије	3,846	1,084	4,000	3,000	5,000	
Количина информација о изложби	Средња школа	4,176	1,074	5,000	3,000	5,000	0,078
	Факултет	4,265	0,864	4,500	4,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,731	0,962	4,000	3,000	4,250	
Различите могућности сагледавања изложбе и програма	Средња школа	4,000	1,275	5,000	3,000	5,000	0,531
	Факултет	4,147	1,048	4,000	4,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,923	0,935	4,000	3,000	5,000	
Доступност информација о атракцијама у близини установе културе	Средња школа	3,941	1,391	5,000	3,000	5,000	0,712
	Факултет	3,912	1,215	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,808	1,059	4,000	3,000	5,000	
Достпуност информација о другим установама културе који се налазе у близини	Средња школа	4,000	1,275	5,000	3,000	5,000	0,533
	Факултет	3,941	1,229	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,692	1,192	4,000	3,000	5,000	
Низ активности у којима могу учествовати приликом посете установи културе	Средња школа	4,059	1,197	5,000	3,000	5,000	0,279
	Факултет	5,382	8,842	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,615	1,061	4,000	3,000	4,250	
Визуелним изгледом простора за излагање	Средња школа	4,118	1,111	5,000	3,000	5,000	0,317
	Факултет	3,882	1,122	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,654	1,056	4,000	3,000	4,250	
Хигијеном установе културе	Средња школа	4,235	1,033	5,000	3,000	5,000	0,426

	Факултет	3,939	1,116	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,846	1,047	4,000	3,000	5,000	
Простор за опуштање и одмор	Средња школа	3,882	1,269	5,000	3,000	5,000	0,268
	Факултет	3,294	1,315	3,000	2,750	5,000	
	Постдипломске студије	3,269	1,116	3,000	2,750	4,000	
Приступачност запослених	Средња школа	4,235	1,033	5,000	3,000	5,000	0,431
	Факултет	3,971	1,029	4,000	3,000	5,000	
	Постдипломске студије	3,846	1,047	4,000	3,000	5,000	
Пријазност запослених	Средња школа	4,353	1,057	5,000	3,000	5,000	0,686
	Факултет	4,206	1,038	5,000	3,750	5,000	
	Постдипломске студије	4,192	0,981	4,500	3,750	5,000	
Жеља запослених да помогну	Средња школа	4,353	1,057	5,000	3,000	5,000	0,686
	Факултет	4,206	1,038	5,000	3,750	5,000	
	Постдипломске студије	4,192	0,981	4,500	3,750	5,000	
Укупно задовољство	Средња школа	4,1140	1,10314	5,000	3,000	5,000	0,454
	Факултет	3,960	,83148	4,000	3,5625	4,781	
	Постдипломске студије	3,813	0,791	3,844	3,406	4,422	

Табела 73: Разлике по образовању у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по задовољству одређеним аспектима установе културе по образовању, p>0,05.

У циљу тестирања разлике по радном статусу у односу на осећања након посете установе културе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је радни статус, а зависне варијабле су осећања након посете установе културе на скали распона од 1 до 5.

Тврдња	Радни статус	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Изгубљено или дезоријентисано	Незапослен	1,385	0,961	1,000	1,000	1,000	0,390
	Запослен	1,531	0,942	1,000	1,000	2,000	
Уморно	Незапослен	1,385	0,961	1,000	1,000	1,000	0,076
	Запослен	2,109	2,726	1,000	1,000	2,750	
Да нисам имао осећај за време	Незапослен	2,615	1,660	3,000	1,000	4,000	0,757
	Запослен	2,750	1,297	3,000	2,000	3,750	
Осећао сам досаду	Незапослен	1,154	0,555	1,000	1,000	1,000	0,035
	Запослен	1,641	0,932	1,000	1,000	2,000	
Да сам научио нешто ново	Незапослен	4,615	0,961	5,000	5,000	5,000	0,057
	Запослен	4,156	1,101	4,500	4,000	5,000	
Задивљеност нечим што сам видео	Незапослен	4,462	1,198	5,000	4,500	5,000	0,089
	Запослен	4,109	1,041	4,000	4,000	5,000	
Напетост или нервоза	Незапослен	1,308	0,855	1,000	1,000	1,000	0,241
	Запослен	1,563	0,990	1,000	1,000	2,000	
Да сам изгубио време	Незапослен	1,231	0,832	1,000	1,000	1,000	0,186
	Запослен	1,469	0,925	1,000	1,000	2,000	
Задовољство, спокој и срећу	Незапослен	4,154	1,214	5,000	3,000	5,000	0,502

	Запослен	3,953	1,188	4,000	3,000	5,000	
Да сам се добро забавио	Незапослен	4,077	1,188	5,000	3,000	5,000	0,893
	Запослен	4,000	1,208	5,000	3,000	5,000	

Табела 74: Разлике по радном статусу у односу на осећања након посете установе културе. Извор: истраживање ауторке

Постоји значајна разлика између запослених и незапослених испитаника по осећају досаде приликом посете установе културе, U=285,00; Z=-2,10; p=0,04. Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између запослених и незапослених испитаника по осталим осећањима након посете установе културе, p>0,05.

Да би се тестирале разлике по радном статусу у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе, коришћен је Mann Whitny U тест. Независна варијабла је радни статус, а зависне варијабле су осећања након посете установе културе на скали распона од 1 до 5.

Тврдње	Радни статус	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Доступност резервације и куповине карата	Незапослен	3,846	1,144	4,000	3,000	5,000	0,960
	Запослен	3,828	1,203	4,000	3,000	5,000	
Опција заказивања групне посете	Незапослен	3,769	1,235	4,000	2,500	5,000	0,836
	Запослен	3,828	1,189	4,000	3,000	5,000	
Доступност информација о установи културе	Незапослен	4,538	0,776	5,000	4,000	5,000	0,037
	Запослен	3,875	1,076	4,000	3,000	5,000	
Посета установе културе	Незапослен	4,538	0,776	5,000	4,000	5,000	0,030
	Запослен	3,969	0,908	4,000	3,000	5,000	
Квалитет изложби и програма	Незапослен	4,231	1,092	5,000	3,000	5,000	0,422
	Запослен	4,047	0,983	4,000	3,000	5,000	
Количина информација о изложби	Незапослен	4,385	1,044	5,000	3,500	5,000	0,119
	Запослен	4,000	0,943	4,000	3,000	5,000	
Различите могућности сагледавања изложбе и програма	Незапослен	4,462	0,967	5,000	4,000	5,000	0,073
	Запослен	3,953	1,061	4,000	3,000	5,000	
Доступност информација о атракцијама у близини установе културе	Незапослен	4,231	1,092	5,000	3,000	5,000	0,219
	Запослен	3,813	1,207	4,000	3,000	5,000	
Достпуност информација о другим установама културе који се налазе у близини	Незапослен	4,154	1,281	5,000	3,000	5,000	0,252
	Запослен	3,813	1,207	4,000	3,000	5,000	
	Незапослен	4,154	0,987	4,000	3,500	5,000	0,329

Низ активности у којима могу учествовати приликом посете установи културе	Запослен	4,563	6,507	4,000	3,000	5,000	
Визуелним изгледом простора за излагање	Незапослен	4,077	0,954	4,000	3,500	5,000	0,482
	Запослен	3,813	1,125	4,000	3,000	5,000	
Хигијеном установе културе	Незапослен	4,308	0,855	5,000	3,500	5,000	0,249
	Запослен	3,905	1,103	4,000	3,000	5,000	
Простор за опуштање и одмор	Незапослен	3,846	1,068	4,000	3,000	5,000	0,175
	Запослен	3,328	1,273	3,000	2,250	5,000	
Приступачност запослених	Незапослен	4,231	1,013	5,000	3,000	5,000	0,324
	Запослен	3,938	1,037	4,000	3,000	5,000	
Пријазност запослених	Незапослен	4,462	0,877	5,000	3,500	5,000	0,354
	Запослен	4,188	1,037	5,000	3,250	5,000	
Жеља запослених да помогну	Незапослен	4,385	0,870	5,000	3,500	5,000	0,624
	Запослен	4,203	1,042	5,000	3,250	5,000	
Укупно задовољство	Незапослен	4,226	0,738	4,375	3,656	5,000	0,241
	Запослен	3,886	0,902	3,938	3,250	4,875	

Табела 75: Разлике по радном статусу у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке

Запослени испитаници (Md=4) имају значајно нижу медијану у односу на незапослене испитанике (Md=5) по задовољству информацијама које су им биле доступне када су планирали посету установи културе, U=271,50; Z=-2,09; p=0,04.

Запослени испитаници (Md=4) имају значајно нижу медијану у односу на незапослене испитанике (Md=5) по задовољству посетом установе културе, U=262,50; Z=-2,17; p=0,03.

Резултат Mann Whitny U теста имплицира одсуство значајне разлике између запослених и незапослених испитаника по задовољству осталим аспектима посете установе културе, p>0,05.

У циљу тестирања разлике по нивоу примања у односу на осећања након посете установе културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна варијабла је ниво примања, а зависна варијабла је осећања након посете установе културе на скали од 1 до 5.

Тврдња	Примања	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Изгубљено или дезоријентисано	Од 28000 до 65000 РСД	1,688	1,138	1,000	1,000	2,750	0,590
	Од 65001 до 80000 РСД	1,667	1,047	1,000	1,000	3,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	1,364	1,206	1,000	1,000	1,000	
	Од 90001 до 10000РСД	1,556	0,784	1,000	1,000	2,000	

	Преко 100000 РСД	1,222	0,441	1,000	1,000	1,500	
Уморно	Од 28000 до 65000 РСД	2,250	1,291	2,000	1,000	3,750	0,337
	Од 65001 до 80000 РСД	2,933	5,338	1,000	1,000	3,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	1,818	1,250	1,000	1,000	2,000	
	Од 90001 до 10000РСД	1,778	0,943	1,500	1,000	2,250	
	Преко 100000 РСД	1,222	0,441	1,000	1,000	1,500	
Да нисам имао/ла осећај за време	Од 28000 до 65000 РСД	3,313	1,537	4,000	1,500	4,750	0,286
	Од 65001 до 80000 РСД	2,467	1,187	3,000	1,000	3,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	2,818	1,662	2,000	1,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	2,556	0,984	3,000	1,750	3,000	
	Преко 100000 РСД	2,333	0,866	3,000	1,500	3,000	
Осећао сам досаду	Од 28000 до 65000 РСД	1,313	0,602	1,000	1,000	1,750	0,358
	Од 65001 до 80000 РСД	1,800	1,014	1,000	1,000	3,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	1,545	1,214	1,000	1,000	2,000	
	Од 90001 до 10000РСД	1,833	0,985	1,500	1,000	3,000	
	Преко 100000 РСД	1,333	0,500	1,000	1,000	2,000	
Да сам научио нешто ново	Од 28000 до 65000 РСД	4,563	0,727	5,000	4,000	5,000	0,259
	Од 65001 до 80000 РСД	3,867	1,356	4,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,636	0,505	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,000	1,138	4,000	3,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,889	1,364	4,000	3,000	5,000	
Задивљеност нечим што сам видео	Од 28000 до 65000 РСД	4,500	0,730	5,000	4,000	5,000	0,184
	Од 65001 до 80000 РСД	3,667	1,291	3,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,545	0,522	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,056	1,110	4,000	4,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,889	1,054	4,000	3,000	5,000	
Напетост или нервоза	Од 28000 до 65000 РСД	1,625	1,088	1,000	1,000	2,000	0,581
	Од 65001 до 80000 РСД	1,667	0,816	1,000	1,000	2,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	1,545	1,214	1,000	1,000	2,000	
	Од 90001 до 10000РСД	1,389	1,037	1,000	1,000	1,000	
	Преко 100000 РСД	1,333	0,500	1,000	1,000	2,000	
Да сам изгубио време	Од 28000 до 65000 РСД	1,313	0,704	1,000	1,000	1,000	0,581
	Од 65001 до 80000 РСД	1,667	0,900	1,000	1,000	3,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	1,545	1,214	1,000	1,000	2,000	
	Од 90001 до 10000РСД	1,389	1,037	1,000	1,000	1,000	
	Преко 100000 РСД	1,222	0,441	1,000	1,000	1,500	
Задовољство, спокој и срећу	Од 28000 до 65000 РСД	4,375	1,025	5,000	3,250	5,000	0,223
	Од 65001 до 80000 РСД	3,933	1,163	4,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,182	1,079	5,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,778	1,215	4,000	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,333	1,323	3,000	2,500	4,500	
Да сам се добро забавио	Од 28000 до 65000 РСД	4,250	1,065	5,000	3,000	5,000	0,603
	Од 65001 до 80000 РСД	4,000	1,134	4,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,091	1,375	5,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,944	1,110	4,000	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,444	1,424	3,000	2,500	5,000	

Табела 76: Разлике по нивоу примања у односу на осећања након посете установе културе.
Извор: истраживање ауторке

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по осећањима након посете установи културе по нивоу примања, p>0,05.

Како би се тестирале разлике по нивоу примања у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе, коришћен је Kruskal Wallis тест. Независна

варијабла је ниво примања, а зависна варијабла је задовољство одређеним аспектима установе културе на скали распона од 1 до 5.

Тврдње	Примања	M	SD	Md	Q_1	Q_3	p
Доступност резервације и куповине карата	Од 28000 до 65000 РСД	4,000	1,211	4,500	3,000	5,000	0,116
	Од 65001 до 80000 РСД	3,667	1,113	3,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,455	0,688	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,944	1,056	4,000	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,111	1,269	3,000	2,000	4,000	
Опција заказивања групне посете	Од 28000 до 65000 РСД	3,938	1,237	4,500	3,000	5,000	0,121
	Од 65001 до 80000 РСД	3,533	1,302	3,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,273	1,009	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,056	0,938	4,000	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,000	1,225	3,000	2,000	4,000	
Доступност информација о установи културе	Од 28000 до 65000 РСД	4,313	0,873	5,000	3,250	5,000	0,148
	Од 65001 до 80000 РСД	3,533	1,356	3,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,364	0,809	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,944	0,938	4,000	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,444	1,130	3,000	2,500	4,500	
Посета установе културе	Од 28000 до 65000 РСД	4,375	0,719	4,500	4,000	5,000	0,042
	Од 65001 до 80000 РСД	3,733	1,100	4,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,455	0,820	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,778	0,808	4,000	3,000	4,000	
	Преко 100000 РСД	3,556	0,882	4,000	3,000	4,000	
Квалитет изложби и програма	Од 28000 до 65000 РСД	4,313	0,704	4,000	4,000	5,000	0,230
	Од 65001 до 80000 РСД	3,667	1,291	3,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,455	0,820	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,111	0,900	4,000	3,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,667	1,000	4,000	3,000	4,500	
Количина информација о изложби	Од 28000 до 65000 РСД	4,438	0,727	5,000	4,000	5,000	0,066
	Од 65001 до 80000 РСД	3,733	1,163	3,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,455	0,820	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,889	0,832	4,000	3,000	4,250	
	Преко 100000 РСД	3,556	1,014	3,000	3,000	4,500	
Различите могућности сагледавања изложбе и програма	Од 28000 до 65000 РСД	4,500	0,816	5,000	4,000	5,000	0,022
	Од 65001 до 80000 РСД	3,333	1,291	3,000	2,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,364	1,027	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,944	0,873	4,000	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,778	0,833	4,000	3,000	4,500	
Доступност информација о атракцијама у близини установе културе	Од 28000 до 65000 РСД	4,375	1,088	5,000	4,000	5,000	0,010
	Од 65001 до 80000 РСД	3,200	1,373	3,000	2,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,273	1,272	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,000	0,907	4,000	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,222	0,972	3,000	2,500	4,000	
Достпуност информација о другим установама културе који се налазе у близини	Од 28000 до 65000 РСД	4,375	1,088	5,000	4,000	5,000	0,022
	Од 65001 до 80000 РСД	3,333	1,447	3,000	2,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,364	1,027	5,000	4,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,944	0,998	4,000	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,222	0,972	3,000	2,500	4,000	
Низ активности у којима могу учествовати приликом посете установи културе	Од 28000 до 65000 РСД	4,250	0,931	4,500	4,000	5,000	0,038
	Од 65001 до 80000 РСД	3,267	1,387	3,000	2,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	8,727	15,376	5,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,000	0,970	4,000	3,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,111	1,054	3,000	2,000	4,000	
Визуелним изгледом простора за излагање	Од 28000 до 65000 РСД	4,125	0,885	4,000	4,000	5,000	0,129
	Од 65001 до 80000 РСД	3,267	1,387	3,000	2,000	5,000	

	Од 80001 до 90000 РСД	4,182	0,982	5,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,944	0,938	4,000	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,333	1,000	3,000	2,500	4,000	
Хигијеном установе културе	Од 28000 до 65000 РСД	4,400	0,910	5,000	4,000	5,000	0,024
	Од 65001 до 80000 РСД	3,467	1,302	3,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,182	0,982	5,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,056	1,056	4,000	3,750	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,222	0,667	3,000	3,000	4,000	
Простор за опуштање и одмор	Од 28000 до 65000 РСД	3,313	1,702	3,500	2,000	5,000	0,347
	Од 65001 до 80000 РСД	3,200	1,373	3,000	2,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	3,727	1,009	3,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	3,667	1,029	3,500	3,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	2,778	0,667	3,000	2,000	3,000	
Приступачност запослених	Од 28000 до 65000 РСД	4,188	0,981	4,500	3,250	5,000	0,137
	Од 65001 до 80000 РСД	3,600	1,298	3,000	2,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,182	0,982	5,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,222	0,808	4,000	4,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,333	0,866	3,000	3,000	4,000	
Пријазност запослених	Од 28000 до 65000 РСД	4,438	0,727	5,000	4,000	5,000	0,305
	Од 65001 до 80000 РСД	3,867	1,356	4,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,364	0,924	5,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,444	0,856	5,000	4,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,667	1,118	3,000	3,000	5,000	
Жеља запослених да помогну	Од 28000 до 65000 РСД	4,500	0,730	5,000	4,000	5,000	0,201
	Од 65001 до 80000 РСД	3,733	1,335	4,000	3,000	5,000	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,364	0,924	5,000	3,000	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,444	0,856	5,000	4,000	5,000	
	Преко 100000 РСД	3,778	1,093	4,000	3,000	5,000	
Свекупно задовољство посетом установи културе	Од 28000 до 65000 РСД	4,233	0,756	4,375	3,625	5,000	0,053
	Од 65001 до 80000 РСД	3,508	1,069	3,313	2,688	4,438	
	Од 80001 до 90000 РСД	4,289	0,824	4,875	3,563	5,000	
	Од 90001 до 10000РСД	4,024	0,747	3,969	3,750	4,563	
	Преко 100000 РСД	3,361	0,692	3,438	2,729	4,000	

Табела 77: Разлике по нивоу примања у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке

Постоји значајна разлика по задовољству посети установе културе у односу на ниво примања, $\chi^2(4, n=69)=9{,}93$, $p=0{,}04$. Да би се проверило међу којим новоима прихода настаје разлика, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности ($\alpha=0{,}005$). Разлике између појединачних парова нивоа примања нису значајне, $p>0{,}005$.

Постоји значајна разлика по задовољству могућношћу да се на различите начине посматра изложба у односу на ниво примања, $\chi^2(4, n=69)=11{,}43$, $p=0{,}02$. Да би се утврдило између којих нивоа прихода настаје разлика, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности ($\alpha=0{,}005$). Разлике између појединачних парова нивоа примања нису значајне, $p>0{,}005$.

Постоји значајна разлика по задовољству информацијама о другим атракцијама у близини установа културе у односу на ниво примања, $\chi^2(4, n=69)=13{,}31$, $p=0{,}01$. Да би се

установило између којих нивоа прихода настаје разлика, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности (α=0,005). Разлике између појединачних парова нивоа примања нису значајне, p>0,005.

Постоји значајна разлика по задовољству информацијама о другим установама културе које се налазе недалеко од установе која је циљ посете, у односу на ниво примања, $\chi^2(4, n=69)=11,41$, p=0,02. Да би се установило међу којим нивоима прихода настаје разлика, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности (α=0,005). Разлике између појединачних парова нивоа примања нису значајне, p>0,005.

Постоји значајна разлика по задовољству разноврсношћу активности током посете установи културе у односу на ниво примања, $\chi^2(4, n=69)=10,15$, p=0,04. Како би се установило међу којим нивоима прихода настаје разлика, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности (α=0,005). Разлике између појединачних парова нивоа примања нису значајне, p>0,005.

Постоји значајна разлика по задовољству хигијеном установе културе у односу на ниво примања, $\chi^2(4, n=69)=11,19$, p=0,02. Како би се установило међу којим нивоима прихода настаје разлика, коришћен је Mann Whitny U тест уз Bonferroni корекцију нивоа значајности (α=0,005). Испитаници који имају приходе од 28000 до 65000 РСД (Md=5,00) имају значајно већу медијану у погледу задовољства хигијеном установе културе у односу на испитанике који имају преко 100000РСД (Md=4,00), p=0,003. Разлике између осталих парова нивоа примања нису значајне, p>0,005.

Резултат Kruskal Wallis теста имплицира одсуство значајне разлике по задовољству одређеним аспектима установе културе по образовању, p>0,05.

Све наведено имплицира да установе културе имају задатак да, између осталог, креирају програмске садржаје који су усмерени ка развоју публике свих узраста, почевши од младе и најмлађе публике. У том контексту, поред апострофиране сарадње са туристичким агенцијама и организацијама, значајно је нагласити и сарадњу установа културе са образовним установама у циљу учења деце предшколског и школског узраста о важности посећивања установа културе и конзумације културних садржаја. На тај начин ће се, осим формирања и повећања броја публике која посећује културне програме, формирати и културно-туристички конзументи који ће бити мотивисани да посећују различите културне садржаје и у земљи и у иностранству.

5. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Хипотезе у овом истраживању су формиране у циљу „обраде, систематизације, верификације и претварања свакодневног, искуственог сазнања у научно“ (Милосављевић, Радосављевић, 2006: 446), односно научне верификације петнаестогодишњег ауторкиног посматрања и културно-туристичког деловања на територији Рашког и Расинског округа. Наведена територија је одабрана јер до сада није била предмет сличних истраживања. У процесу формирања хипотеза ауторка се ослањала на претходна слична истраживања које су спровеле Кали (2010) и Медић (2015), а која су прилагођена за потребе овог конкретног истраживања, о чему је већ било речи. Кали (2010) и Медић (2015) су одабране јер су се њихова истраживања такође односила на једну заокружену територију, са том разликом што су обе истраживачице посматрале територију на којој већ постоји развијен културни туризам (Источни Онтарио у Канади[28] и АП Војводина у Републици Србији), за разлику од територије Рашког и Расинског округа на којој се културни туризам развија успорено и поред великих потенцијала које ова територија поседује.

Општа хипотеза „Рашки и Расински округ поседују потенцијале за развој културног туризма, а примарни носиоци развоја културног туризма су установе културе“, је доказана кроз резултате истраживања представљене у поглављу 4 „Анализа резултата анкетног истраживања“ и кроз научну верификацију девет посебних хипотеза које су формиране у циљу доказивања опште хипотезе.

Први део тврдње у општој хипотези, о потенцијалима Рашког и Расинског округа за развој културног туризма, је презентован кроз поглавље 3 „Основе и потенцијали за културни туризам у Рашком и Расинском округу“. Други део тврдње, да су примарни носиоци развоја културног туризма, на испитиваној територији, установе културе, је потврђен кроз тестирање постављених посебних хипотеза. Од девет постављених посебних хипотеза, доказано је свих девет, чиме се закључује да „Рашки и Расински округ поседују потенцијале за развој културног туризма, а примарни носиоци развоја културног туризма су установе културе“.

Прве три хипотезе као зависну варијаблу имају установе културе на испитиваној територији (хипотеза 1 и хипотеза 2), односно као зависну варијаблу имају запослене у установама културе и број посетилаца (хипотеза 3), а као независне варијабле имају

[28] Источни Онтарио је део региона Јужни Онтарио у канадској провинцији Онтарио.

туризам у агенди/статуту пословања установа културе, сарадњу са локалним туристичким организацијама, планирање програма у складу са туристичким тржиштем, потом као независне варијабле имају инфраструктурну опремљеност установа културе (сталне поставке, паркинг, сувенирницу и слично) и на крају, као зависну варијаблу имају ставове запослених у установама културе према културном туризму док су социо-демографске карактеристике испитаника независне варијабле.

Прва и друга хипотеза су доказане, односно верификовано је да ће установе културе имати већи број посетилаца ако су у свом програмском деловању усмерене на развој туризма, односно ако су боље инфраструктурно опремљене, конкретно ако имају у понуди разноврсније садржаје. Наведени резултати испитивања прве и друге посебне хипотезе показују и да је, поред усмерености на развој туризма, потребно да установе културе сарађују и са туристичким организацијама и туристичким агенцијама, као и локалном самоуправом како би поспешиле развој културног туризма и повећале број посетилаца. Осим тога, резултати тестирања хипотезе 2 су показали важност инфраструктурне опремљености установа културе у циљу побољшања културно-туристичке понуде. Осим сталних поставки и повремених изложби, манифестација и слично, неопходно је да установе културе буду опремљене приступачним и уређеним тоалетима, по могућству и кафићима, ресторанима или местима за предах, као и паркингом и сувенирницама чијом понудом би презентовале културно-туристичку понуду локалне заједнице.

Трећа хипотеза којом се испитивао негативни став запослених према културном туризму је доказана, односно доказано је да запослени у установама културе немају позитиван став према културном туризму. Наведени резултати указују да, без обзира на полну и старосну структуру или образовање испитаника, односно запослених у установама културе, културни туризам није препознат као кључни елемент за привлачење већег броја посетилаца и туриста, као и унапређење пословања установа културе. Конкретно, запослени у установама културе своје програме организују у складу са унапред прописаним плановима и програмима без јасно дефинисане намере да ови програми привуку публику, односно посетиоце из других градова и општина, већ своје програме креирају за публику која је део њихове локалне заједнице. Овакав, научно верификован, став запослених у установама културе, илуструје реалну слику запослених у овим установама примећену од стране ауторке истраживања, где се програмске активности спроводе уз ентузијазам малобројних запосленика. Осим ауторкиних запажања о ставу запослених у установама културе о културном туризму, постоје и

друге, иностране студије које се су дошле до сличних закључака. У питању су студије које су спровели дел Барио и др. (2009) и Зан (2013) а чији су резултати да је „музејски менаџмент генерално говорећи неефикасан“ јер „музејски професионалци менаџмент виде као нешто што се не тиче њиховог посла, већ нешто што се тиче комерцијалног, профитног сектора“. Овакав, детектован став отвара могућност и за нека нова истраживања, која ће се бавити мотивима и задовољством запослених у установама културе, или јавним установама уопште, а у циљу промене става запосленика, поготово запослених који примају минималну плату било да су на боловању, одмору или радном месту. Последње истраживање које је спроведено о ставовима запослених у култури је из 2015. године и спровео га је ЗАПРОКУЛ (2015). У наведеном истраживању је 72,4% запослених у установама културе изразило своје незадовољство стањем у култури на локалном нивоу, а 50,5% је оценило као „лоше“ и „веома лоше“ степен развијености културног туризма у локалним заједницама. Осим наведеног, оно што се често не препознаје као шанса за развој културног туризма и привлачење већег броја посетилаца и туриста је чињеница да програми које установе културе организују имају капацитета да привуку публику из других градова, али тако нешто изостаје јер је преко потребна сарадња установа културе са локалним туристичким организацијама и туристичким агенцијама, изузетно скромна. Закључује се да установе културе и запослени у њима не препознају потребу да њихови програми треба да буду намењени и посетиоцимс и туристима из других градова и општина, а не само локалној заједници. Тиме би се допринело развоју културног туризма на нивоу локалне заједнице, као и промоцији културно-историјске баштине места.

Хипотеза 4 и хипотеза 5 као зависну варијаблу посматрају начине информисања о културној понуди и могућности за побољшање те понуде (хипотеза 4) и могућности за побољшање и модернизацију понуде у установама културе (хипотеза 5), а као независне варијабле су посетиоци установа културе и запослени у овим установама. Тестирањем хипотезе 4 доказано је да постоји неопходност сарадње између сектора културе и сектора туризма у циљу информисања публике и посетилаца о програмским активностима које организују и реализују установе културе. Такође, резултати истраживања показују да досадашњи начини информисања публике о културним садржајима нису били довољни. Резултати су показали неопходност да културно-туристички садржаји треба да буду присутни у свим електронским и штампаним медијима и усмерени ка свим заинтересованим странама у туризму и у култури (локална телевизија и штампа, друштвене мреже, оглашавање преко плаката, флајера, инфо-табли, инфо-центара и

слично). На тај начин би устнове културе имале већи број посетилаца и на локалном и на националном нивоу. Тестирајући хипотезу 5 дошло формиран је закључак о важности да запослени у установама културе, у циљу побољшања културно-туристичке понуде која би привукла потенцијалну и постојећу публику и посетиоце, треба да стално врше евалуацију својих програма кроз књиге утисака, дистрибуцију кратких упитника међу посетиоцима, али и међу грађанством које традиционално не посећује културне програме. Истраживање културно-туристичке тражње ће обезбедити да запослени и менаџмент установа културе располажу повратним информацијама о очекивањима публике које културне садржаје желе да конзумирају, али и које су њихове пословне праксе оцењене као добре, те које програме и рутине могу и морају да задрже јер их је публика оценила као одговарајуће и привлачне. Из наведеног ће добити одговоре шта је потребно побољшати и унапредити у културним програмима и садржајима. Сумирајући резултате, закључујемо да су хипотеза 4 и хипотеза 5 доказане, што говори у прилог опсервацији ауторке истраживања да се запослени у установама културе крећу у програмској понуди по унапред устаљеним шаблонима и наслеђеним праксама, али да постоји много простора за унапређење пословне праксе установа културе не само на територји Рашког и Расинског округа.

Преостале четири хипотезе (хипотезе 6, 7, 8 и 9) се баве искључиво посетиоцима установа културе, односно конзументима културних програма. Њихови ставови, мотивација за посету и задовољство посетом су, у све четири хипотезе, третирани као зависне варијабле. Независне варијабле су социо-демографске карактеристике и атрибути испитаника (хипотеза 6, хипотеза 7 и хипотеза 9) и начини организовања слободног времена (хипотеза 8). Резултати тестирања хипотезе 6 су показали да је потребно да се константно развија и унапређује позитивна перцепција посетилаца установа културе без обзира на њихову полну и старосну структуру, образовање, запослење и висину примања, и то најпре путем испитавања ставова, мишљења и очекивања посетилаца програма и потенцијалне публике. Такође, неопходна је константна сарадња са туристичким сектором у циљу презентације и промоције креираних програма. Поред наведеног, добијени резултати указују да је задатак установа културе да својом културном понудом и културним програмима раде на повећању мотивације посетилаца и публике, свих старосних и полних профила, образовне структуре и висине примања, за континуирано учење и стицање нових знања.

Мотивација посетилаца за посетом установа културе и конзумирањем културних програма које оне организују је базирана на њиховим личним афинитетима, са

напоменом да установе културе имају задатак да својим културним садржајима додатно утичу на повећање мотивације посетилаца и туриста, као и да привуку оне који нису редовни посетиоци или веома ретко посећују културне програме. Наведено има за крајњи циљ неговање и развијање културне публике и повећање броја културно-туристичких посетилаца и туриста.

Посматрајући наведене резултате, који се тичу задовољства и мотивације публике да посећују културно-туристичке програме, долази се до закључка да установе културе имају задатак креирања програмских садржаја усмерених ка развоју публике свих узраста са посебним фокусом на младу и најмлађу публику. Препорука је да, поред сарадње са туристичким агенцијама и организацијама, установе културе сарађују и са установама образовања у циљу повећања потребе за посећивањем установа културе и конзумације културних садржаја код деце предшколског и школског узраста. На тај начин ће се, осим формирања и повећања обима публике која посећује културне програме, повећати и културно-туристички конзументи мотивисани да посећују културне садржаје и у земљи и у иностранству. Сумирајући речено, закључује се да су све четири хипотезе доказане и илуструју да, и поред непрепознавања значаја културног туризма од стране запослених у установама културе, посетиоци ових установа ипак показују мотивацију и задовољство програмском понудом установа културе. Они желе да буду едуковани, науче нешто ново кроз програмске садржаје, чиме би у установама културе проводили квалитетно слободно време. Ово значи да се на мотивацији и задовољству публике још увек може радити, како би се формирала већа и постојанија публика и да има простора за напредовање на овом пољу, под условом да запослени у установама културе буду за то мотивисани.

Осим мотивације запослених, мора постојати и иницијатива локалних самоуправа, ресорних Министарстава и других надлежних органа. Тренутно су на територији Рашког и Расинског округа на снази два програма развоја туризма, а оба истичу врло брзо (Програм развоја туризма града Крушевца за период од 2019. до 2024. године и Програм развоја туризма општине Врњачка Бања за период од 2022. до 2025. године) и ни један програм развоја културе. Ако знамо да Стратегија развоја културе 2020 – 2029. Републике Србије до момента штампања дисертације није дошла на дневни ред Скупштине Републике Србије, потпуно је јасно да је најпре потребно донети програме, планове и/или стратегије на националном и локалном нивоу и након тога помно пратити њихову имплементацију кроз тесну сарадњу са установама на локалу у циљу одрживог развоја свих округа Републике Србије.

Осим стања у установама културе, недавно публиковано истраживање Сталне конференције градова и општина [СКГО] „Анализа капацитета носилаца развоја туризма на локалном нивоу, са посебним освртом на локалне туристичке организације“ је показало да је слика у локалним туристичким организацијама [ЛТО] веома слична са сликом која је овим истраживањем детектована у установама културе. Наиме, у наведеној анализи је наведено да су „локалне туристичке организације веома мало или нимало укључене у развој туризма, већ повремено, у одговарајућим ситуацијама (углавном у случајевима када ЛТО обезбеди средства за реализацију пројеката из домаћих и иностраних фондова) јединица локалне самоуправе поверава ЛТО послове из области инвестиција у туризму или реализацију инфраструктурних пројеката“ (Жикић, Миленковић, 2024: 43) и да „детаљном анализом је утврђено да ЛТО немају системски приступ развоју туризма“ (Жикић, Миленковић, 2024: 43) као и да „У пракси у већини случајева средства планирана у оквиру ове програмске активности (развој туризма, прим. аут.) односе се већим делом на финансирање зарада запослених у ЛТО (подвукла ауторка), материјалне трошкове, организацију манифестација и реализацију мањих пројеката“ (Жикић, Миленковић, 2024: 43). Такође, Жикић, Миленковић (2024: 48) наводе и да „доводи се у питање и потреба да ЛТО функционишу у локалним самоуправама у којима туризам није развојни приоритет и намеће се логичан закључак да задатке на промоцији и презентацији туристичких вредности и потенцијала конкретног подручја, доношење и реализацију планова и програма промотивних активности треба препустити припадајућој регионалној туристичкој организацији.“

Регионалне туристичке организације које делом покривају територију Рашког и Расинског округа су Регионална туристичка организација Санџака (о којој је већ било речи) и Туристичка организација регије Копаоник која „још увек није функционална у пуном капацитету, а чини је шест општина поткопаоничког краја – Рашка, Врњачка Бања, Брус, Александровац, Блаце и Куршумлија“ (Жикић, Миленковић, 2024: 17) од којих чак четири припадају територији која је у фокусу овог истраживања.

Као решење за туристички развој локалних самоуправа Жикић, Миленковић, (2024) виде увођење дестинацијских менаџмент организација, са чиме је сагласна и ауторка овог истраживања јер адекватан развој дестинација „подразумева сарадњу локалних самоуправа чију територију обухватају и успостављање механизма за управљање“. Закључено је и да „сарадња јединица локалне самоуправе у овом погледу није на нивоу на коме би требало да буде“, да је „међуопштинска сарадња углавном успостављена у области промоције, код реализације заједничких промотивних

активности“ као и да је „евидентно да се још увек не може рећи да постоје успешни примери успостављеног дестинацијског управљања.“ (Жикић, Миленковић, 2024: 27-28).

Сумирајући речено, можемо да издвојимо неколико кључних ствари које су важне за будући развој културног туризма на територији Рашког и Расинског округа: (1) повећати мотивисаност запослених у установама културе, (2) донети и пратити имплементацију нормативних аката из области културе и туризма на националном и локалном нивоу и (3) формирати дестинацијске менаџмент организације у циљу бољег повезивања локалних самоуправа и развоја туризма, са посебним освртом на културни туризам који на територији Републике Србије поседује велики и недовољно искоришћени потенцијал.

Сви наведени разултати овог дисетационог истраживања поткрепљују закључке истраживања које су спровели Вукчевић, Антић (2021) и у којима се истиче да: 1) „међу грађанством Србије постоји велика заинтересованост за културу, историју и баштину“, 2) је потребно да на територији Рашког и Расинског округа дође до повезивања „свих постојећих установа културе, локалних и регионалних туристичких администрација и туристичких организација, као и других заинтересованих стејкхолдера (угоститељи, хотели, приватни смештаји, мале занатлије…)“. Сви наведени закључци истраживања Вукчевић, Антић (2021) корелирају са закључцима спроведеног дисертационог истраживања.

Осим наведеног, Вукчевић, Антић (2021) наводе и да је „неопходно, како на републичком тако и на локалном нивоу радити на доношењу и имплементацији потребних стратегија, аката, потом јачању културе, културних установа и са њима повезаног културног туризма …“, што такође корелира са резултатима овог дисератционог истраживања, како је и наведено раније у овом потпоглављу.

6. ПРИЛОЗИ

6.1. Упитници

УПИТНИК 1

АНКЕТА О ПОНУДИ УСТАНОВА КУЛТУРЕ

– запослени у установама културе –

Анкета је састављена са циљем прикупљања података за дисертационо истраживање Јелене Вукчевић „Менаџмент установа културе у функцији развоја културног туризма“. Циљ овог анкетног истраживања је да се добију подаци о установама културе на територији Рашког и Расинког округа, конкретно подаци о услугама, посетиоцима и менаџменту установа културе.

Резултати спроведеног истраживања биће коришћени у сврхе израде наведеног рада. Сви појмови који се користе у мушком роду се односе и на женски род.

I УСЛУГЕ У УСТАНОВАМА КУЛТУРЕ

1. Молим вас да заокружите све објекте који постоје у оквиру Ваше установе културе:

а) сувенирницу

б) кафић

в) ресторан

г) простор за одлагање гардеробе

д) тоалети за посетиоце

ђ) паркинг простор за бицикле

е) паркинг простор за кола

ж) паркинг простор за аутобусе

з) приступне рампе за особе са инвалидитетом

и) пријемни пулт/билетарницу

2. Да ли Ваша установа поседује сталну поставку која представља историју Вашег краја?

а) Да.

Из које године је поставка:_____

б) Не

3. Који од следећих простора погодних за одржавање програма, манифестација и слично поседује Ваша установа:

а) излагачки простор за гостујуће (повремене) изложбе

б) биоскопску салу

в) позоришну салу

г) летњу позорницу на отвореном

д) друго: _____

4. Да ли постоје аудио водичи за посетиоце?

а) Да

б) Не

5. Ако постоје, за шта се користе? Могуће је обележити више одговора.

а) За повремене специјалне изложбе

б) За посебне одељке или збирке

в) За сталне изложбе

г) Друго:_____

6. На којим језицима су доступни аудио водичи? Могуће је обележити више одговора

а) Енглески

б) Мађарски

в) Француски

г) Шпански

д) Немачки

ђ) Италијански

е) Руски

ж) Други:_____

7. Да ли Ваша установа поседује брошуре/мапе/флајере за посетиоце са информацијама о установи/програмима Ваше установе:

а) Да

б)Не

8. Да ли Ваша установа поседује бесплатну интернет конекцију (wi-fi) за посетиоце?

а) Да

б)Не

9. Да ли Ваша установа поседује интернет презентацију (сајт)?

а) Да.

На којим језицима? _____

б) Не

10. Које информације је могуће видети на Вашој интернет презентацији (сајту)? Могуће је заокружити више одговора.

а) Радно време

б) Локацију и/или смернице како нас наћи

в) Информације о збиркама

г) Информације о историји установе

д) Online продавницу

ђ) Информације о запосленима

е) Контакт информације

ж) Информације о могућностима за запослење или волонтирање

з) Информације о предстојећим програмима

11. Да ли Ваша установа има сервис слања обавештења пријављеним члановима сајта (newsletter)?

а) Да

б) Не

12. Ако имате newsletter, колико имате пријављених чланова? _____

13. Да ли Ваша установа поседује презентацију на некој од друштвених мрежа? Могуће је заокружити више одговора.

а) Facebook

б) Instagram

в) X (twitter)

г) Tik Tok

д) You Tube

ђ) LinkedIn

е) Друго (шта) _____

14. На којим све језицима, осим српског, водичи/кустоси пружају информације посетиоцима Ваше установе?

58

а) Енглески

б) Мађарски

в) Француски

г) Шпански

д) Немачки

ђ) Италијански

е) Руски

ж) Други:_____

II ПОСЕТИОЦИ

15. Колико посетилаца годишње посети програме Ваше установе? Као просек узети 2023. годину.

_____

16. Следећих неколико питања се односе на процентуални преглед Ваших посетилаца у току године. Од укупног броја посетилаца, који проценат чине школске групе / организоване школске посете?

_____

17. Од укупног броја посетилаца, који проценат чине туристи? Молим вас да „туристе" третирате као посетиоце изван Ваше непосредне заједнице, који су путовали до вас у било коју сврху (укључујући пословне, едукативне или забавне мотиве).

_____

18. Од укупног броја посетилаца који проценат чини локално становништво?

_____

19. Ваша установа евиднетира број посетилаца према (могуће је заокружити више одговора):

а) узрасту

б) земљи порекла

в) полу

г) организацији (индивидуалне или групне посете)

д) само укупан број

ђ) не евидентира број посетилаца

20. Колико често ваша установа спроводи истраживања о ставовима и задовољству посетилаца?

а) једном месечно

б) једном у три месеца

в) једном у шест месеци

г) једном годишње

д) једном у две године

ђ) једном у неколико година

е) не спроводимо истраживања о посетиоцима

III МЕНАЏМЕНТ УСТАНОВА КУЛТУРЕ

21. Да ли Ваша установа има директора?

а) Да

У ком је мандату? _____

Колико је дуго Ваш тренутни директор био на месту вршиоца дужности пре него што је именован за директора? _____

Колико година рада Ваш директор има у области културе _____

Које је струке (шта пише у дипломи) _____

б) Не

22. Да ли је изабран на место директора из редова запослених

а) да

а) не

23. Оценом од 1 до 5 (где је 1 најнижа оцена а 5 највиша оцена) оцените менаџерско знање које поседује Ваш директор.

1 2 3 4 5

24. Оценом од 1 до 5 (где је 1 најнижа оцена а 5 највиша оцена) оцените комуникацијске вештине са запосленима које поседује Ваш директор.

1 2 3 4 5

25. Оценом од 1 до 5 (где је 1 најнижа оцена а 5 највиша оцена) оцените свеопшти успех у раду Ваше установе од када је тренутни директор на челу.

1 2 3 4 5

26. Да ли мислите да би Ваша установа боље пословала када би на њеном челу била нека друга особа, а не садашњи директор?

а) да

б) не

27. Колико ваша установа има запослених? _____

28. Од тог броја запослених, колико радника учествује директно у креирању програма (не рачунајући службу заједничких послова, рачуноводство, помоћне раднике, техничку службу и слично) _____

29. Да ли Ваша установа ангажује волонтере?

а) Да

б) Не

30. Ако је Ваш одговор ДА, колико сати, просечно на месечном нивоу, они волонтирају и којим се пословима баве?

_____

_____

31. Да ли Ваша установа има запослену особу у чијем опису радног места је однос са јваношћу?

а) Да

б) Не

32. Колики је просечан годишњи буџет Ваше установе?

а) Мањи од 1.000.000 динара

б) 1.000.001.-5.000.000 динара

в) 5.000.001-10.000.000 динара

г) 10.000.001-20.000.000 динара

д) 20.000.001-40.000.000 динара

ђ) 40.000.001 - 70.000.000 динара

е) Преко 70 милиона динара

ж) Не знам

33. Да ли постоји посебан буџет за конзервацију, рестаурацију и заштиту збирки?

а) Не

б) Мање од 1.000.000 динара

в) 1.000.001.-5.000.000 динара

г) 5.000.001-10.000.000 динара

д) 10.000.001-20.000.000 динара

ђ) Преко 20 милиона динара

е) Не знам

34. Да ли постоји посебан буџет за аквизиције?

а) Не

б) Мање од 1.000.000 динара

в) 1.000.001.-5.000.000 динара

г) 5.000.001-10.000.000 динара

д) 10.000.001-20.000.000 динара

ђ) Преко 20 милиона динара

е) Не знам

35. Да ли постоји посебан буџет за маркетинг/промоцију Ваше установе?

а) Не

б) Мање од 1.000.000 динара

в) 1.000.001.-5.000.000 динара

г) 5.000.001-10.000.000 динара

д) 10.000.001-20.000.000 динара

ђ) Преко 20 милиона динара

е) Не знам

36. Да ли постоји посебан део буџета за улагање у интерпретацију или модернизацију поставки (аудио, видео, електронски уређаји, интернет сервиси и сл)?

а) Не

б) Мање од 1.000.000 динара

в) 1.000.001.-5.000.000 динара

г) 5.000.001-10.000.000 динара

д) 10.000.001-20.000.000 динара

ђ) Преко 20 милиона динара

е) Не знам

37. Скалом од 1 до 5, где је 1 уопште не учествују а 5 веома учествују, оцените колико наведене донације/суфинансирања учествују у пословању Ваше установе? Ваше одговоре обележите ознаком X.

Уопште не учествују (1) ….. учествују (5)

Републичка влада	1	2	3	4	5
Општинска управа	1	2	3	4	5
Иностранифондови	1	2	3	4	5
Приватне донације	1	2	3	4	5
Донације предузећа/организација	1	2	3	4	5
Чланарине	1	2	3	4	5

38. Да ли је Ваша установа део успостављене културне руте?

а) Не

б) Да.

Молим вас наведите које: _____

39. Да ли Ваша установа учествује у локалним манифестацијама или другим догађајима локалне заједнице?

а) Да

б) Не

40. Ако је ваш одговор на претходно питање ДА, молимо навдите најважније манифестације у којима Ваша установа учествује:

_____

41. Да ли је туризам јасно наглашен (као један од делокругова рада) у агенди/статуту о пословању Ваше установе?

а) Да

б) Не

42. Установа културе остварује сарадњу са следећим субјектима, који послују у туризму (заокружите све одговоре који се односе на Вашу установу):

а) локалном туристичком организацијом

б) Туристичком организацијом Србије

в) туристичким агенцијама

г) пружаоцима услуга смештаја

д) пружаоцима услуга исхране и пића

ђ) пружаоцима услуга превоза

е) израђивачима сувенира

ж) НВО, удружењима грађана

з) кластерима

и) неким другим: _____

ХВАЛА НА ИЗДВОЈЕНОМ ВРЕМЕНУ И ХВАЛА НА САРАДЊИ

УПИТНИК 2

АНКЕТА ПЕРЦЕПЦИЈА ТУРИЗМА

– запослени у установама културе –

Анкета је састављена са циљем прикупљања података за дисертационо истраживање Јелене Вукчевић „Менаџмент установа културе у функцији развоја културног туризма“. Циљ овог анкетног истраживања је да се добију подаци о установама културе на територији Рашког и Расинког округа, конкретно подаци о услугама, посетиоцима и менаџменту установа културе.

Резултати спроведеног истраживања биће коришћени у сврхе израде наведеног рада. Сви појмови који се користе у мушком роду се односе и на женски род.

Анкета је анонимна, садржи 18 питања те је за попуњавање упитника потребно 10 минута. Хвала!

I О ВАМА

1. Пол

а) Женски

б) Мушки

2. Године живота

_____

3. Образовање

а) Средња школа

б) Факултет

в) Магистратура/Мастер

г) Доктор наука

4. Ваше занимање у установи (утврђено систематизацијом Ваше установе):

_____

5. Које од наведених обавеза су тренутно део вашег посла? Могуће је означити више одговора.

а) Брига о колекцијама

б) Рад са публиком

в) Едукативне радионице

г) Аквизиција

д) Истраживање

ђ) Аплицирање за пројекте

е) Тумачење збирки установа културе

ж) Образовни програми

з) Планирање изложби

и) Координација волонтера

ј) Прикупљање средстава

к) Управљање особљем

л) Администрација

љ) Платне дужности

м) Остале финансијске обавезе

н) Односи са јавношћу

њ) Реклама и маркетинг

о) Остало (молим вас наведите)_____

6. Шта од наведеног сматрате да је Ваша примарна одговорност?

_____

7. Који инострани језик или језике говорите? _____

II О АКТИВНОСТИМА УСТАНОВА КУЛТУРЕ

8. Да ли је Ваша установа укључена у манифестацију „Музеји за 10“?

а) Да

б) Не

9. Ако је Ваш одговор ДА, на скали од 1 до 5 (где је 1 апсолутно се не слажем а 5 апсолутно се слажем), оцените како манифестација „Музеји за 10“ утиче на Вашу установу културе?

апсолутно се не слажем (1) ..... апсолутно се слажем (5)

промовише установу на другачији начин него иначе	1	2	3	4	5
због ове манифестације, установа има већи број редовних посетилаца	1	2	3	4	5
Побољшава свест чланова локалне заједнице о важности установа културе	1	2	3	4	5
даје могућности за представљање програмских активности установа културе заинтересованој публици	1	2	3	4	5

нешто друго, шта: _____

10. На скали од 1 до 5 (где је 1 потпуно неважне, а 5 веома важне) колико сматрате да су важни наведени облици рекламирања за привлачење посетилаца у вашу установу?

потпуно неважне (1) …… веома важне (5)

Брошуре/лифлети/флајери установе културе	1	2	3	4	5
Локалне туристичке брошуре и мапе	1	2	3	4	5
ТВ рекламе, промотивни спотови	1	2	3	4	5
ТВ прилози, емисије, интервјуи	1	2	3	4	5
Рекламе у штампаним медијима	1	2	3	4	5
Интервјуи у штампаним медијима	1	2	3	4	5
Билборди, постери, плакати	1	2	3	4	5
Интернет презентација (сајт) установе културе	1	2	3	4	5
Интернет презентација (сајт) туристичке организације	1	2	3	4	5
Интернет презентација општине или града у коме се установа културе налази	1	2	3	4	5
Обавештења на друштвеним мрежама установа културе	1	2	3	4	5
Рекламе на друштвеним мрежама	1	2	3	4	5
Обавештења која се шаљу заинтересованима (newsletter)	1	2	3	4	5

Порука са информацијом упућена лично публици путем СМС-а, вибера или неке друге мреже за комуникацију	1	2	3	4	5
Комуникација са људима (препорука неког ко је већ био)	1	2	3	4	5

Нешто друго, шта: _____

11. На скали од 1 до 5, где је 1 потпуно неважне, а 5 веома важне, колико сматрате да су важни наведени елементи за побољшање ваше програмске понуде?

потпуно неважне (1) …… веома важне (5)

Могућност обиласка изложби/програма уз пратњу водича	1	2	3	4	5
Могућност обиласка изложби и програма самостално	1	2	3	4	5
Виртуелне туре	1	2	3	4	5
Аудио туре/аудио водичи	1	2	3	4	5
Панели са текстовима и фотографијама о експонату	1	2	3	4	5
Фиксни „тач скрин" (touch screen) компјутери поред експоната	1	2	3	4	5
Бесплатна пратећа брошура/флајер	1	2	3	4	5
Видео прикази (филмови)	1	2	3	4	5
Аудио пратња изложбе (музика, различити звуци у одређеним деловима излагачког простора)	1	2	3	4	5
Мобилне апликације	1	2	3	4	5
Употреба QR кодова (кодови чијим скенирањем на свом телефону добијате информације, слике, филмове, линкове ка сајту или сл.)	1	2	3	4	5
Истраживачки центар за посетиоце (са приступом стручној литератури, рачунару, Интернету)	1	2	3	4	5
Могућност бављења неком традиционалном активношћу/занатом	1	2	3	4	5
Костимирани аниматори који оживљавају историјске догађаје	1	2	3	4	5
Демонстрације прављења реплика, сувенира	1	2	3	4	5
Могућност куповине сувенира - реплика	1	2	3	4	5

Тематски ресторан у складу са програмском понудом	1	2	3	4	5
Дечије играонице	1	2	3	4	5
Дечије радионице	1	2	3	4	5
Наградни квизови	1	2	3	4	5

Нешто друго, шта: _____

12. Молимо Вас да наведете свој ниво сагласности са следећим изјавама скалом оцена од 1 до 5, где је 1 апсолутно се не слажем, 5 апсолутно се слажем. Један од најважнијих циљева који наша установа има је:

апсолутно се не слажем (1) ..... апсолутно се слажем (5)

Представљање локалног културно-историјског наслеђа туристима	1	2	3	4	5
Представљање локалног културно-историјског наслеђа члановима локалне заједнице	1	2	3	4	5
Очување културно-историјског наслеђа	1	2	3	4	5
Едукација локалних посетилаца	1	2	3	4	5
Едукација туриста	1	2	3	4	5

Нешто друго, шта: _____

13. Молим Вас наведите Ваш степен слагања са наведеним изјавама путем скале од 1 до 5, где је 1 апсолутно се не слажем, а 5 апсолутно се слажем.

апсолутно се не слажем (1) ..... апсолутно се слажем (5)

Наши програми су главна туристичка атракција у заједници	1	2	3	4	5
Желимо да привучемо туристе у нашу установу	1	2	3	4	5
Организујемо посебне изложбе у циљу привлачења туриста	1	2	3	4	5
Како бисмо привукли туристе надмећемо се са другим туристичким атракцијама	1	2	3	4	5

Бројност посетилаца указује на успешност програмских садржаја установа културе	1	2	3	4	5
Бројност туриста указује на успешност програмских садржаја установе културе	1	2	3	4	5
Због улагања средстава у туристичку промоцију смањен нам је буџет за истраживање и заштиту	1	2	3	4	5
Маркетинг усмерен ка туризму нас је подстакао да повећамо напоре у циљу пружања позитивног искуства посетиоцима	1	2	3	4	5
Туристички сектор је од суштинског значаја за нашу делатност	1	2	3	4	5
Установа културе добровољно учествује у туристичким иницијативама	1	2	3	4	5
Наша установа истражује потенцијале за кутурно-туристичку промоцију	1	2	3	4	5
Због партнерства са ЛТО привлачимо више посетилаца	1	2	3	4	5
Због сарадње са осталим туристичким атракцијама привлачимо више туриста	1	2	3	4	5
Сарадња са другим туристичким стејкхолдерима је има значаја за повећан број туриста (хотели, ресторани, сувенирнице, туристичке агенције)	1	2	3	4	5
Наша установа културе доприноси повољнијој пословној клими	1	2	3	4	5
Наша установа културе доприноси повољнијој клими за оснивање нових предузећа	1	2	3	4	5
Наша установа културе доприноси повезивању чланова локалне заједнице	1	2	3	4	5
Наша установа културе доприноси животном стандарду чланова локалне заједнице	1	2	3	4	5
Наша установа културе доприноси да град буде атрактивнији за будуће становнике	1	2	3	4	5
Посебно ценимо туристе јер се дуже задржавају у нашој установи културе него остали посетиоци	1	2	3	4	5

Посебно ценимо туристе јер више финансијски доприносу нашој установи културе него остали посетиоци	1	2	3	4	5
Туристи показују више интересовања за изложбе него локални посетиоци	1	2	3	4	5
Туристи више купују сувенире у односу на остале посетиоце	1	2	3	4	5
Туристи не показују интересовање за изложене предмете и програмске активности	1	2	3	4	5
Чланови локалне заједнице имају већи степен поштовања за локално културно наслеђе у односу на туристе	1	2	3	4	5
Туристи више цене запослене у установама културе него припадници локалне заједнице	1	2	3	4	5
Припадници локалне заједнице више уважавају доступне податке о културно-историјском наслеђу него туристи	1	2	3	4	5

III СТАВОВИ ПРЕМА ПОСЕТИОЦИМА/ТУРИСТИМА

14. Молим вас оцените Ваш став према присуству туриста у вашој установи културе скалом оцена од 1 до 5, где је 1 апсолутно се не слажем, 5 апсолутно се слажем.

апсолутно се не слажем (1) ..... апсолутно се слажем (5)

Присуство туриста обезбеђује нове изворе прихода	1	2	3	4	5
Већи број туриста повећава притисак на доступне културне ресурсе	1	2	3	4	5
Већи број туриста омета друге посетиоце и чланове локалне заједнице	1	2	3	4	5
Већи број туриста негативно утиче на установу културе	1	2	3	4	5
Већи број туриста претвара установу културе у привлачније место за посету	1	2	3	4	5
Присуство туриста омета правилно чување артефаката	1	2	3	4	5
Присуство туриста ремети напоре за конзервацију	1	2	3	4	5

Присуство туриста изазива више штете локалитету него присуство локалних посетилаца	1	2	3	4	5

15. Молим Вас да рангирате скалом од 1 до 5, колико се осврћете у извршавању наведених задатака на потребе туриста (број 1 представља намањи, а број 5 представља задатак са највећим осврtом на потребе туриста).

апсолутно се не слажем (1) ..... апсолутно се слажем (5)

Планирање изложби	1	2	3	4	5
Дизајнирање изложби	1	2	3	4	5
Развој образовних програма	1	2	3	4	5
Текст и подаци о експонатима	1	2	3	4	5
Оглашавање и промовисање	1	2	3	4	5

16. Колико се пословна пракса установа културе променила током времена? Молим вас означите да ли се сада придаје мање или више пажње овим елементима у односу на пре 10 година.

Мање пажње / Нема промене / Више пажње / Не знам

Моја установа придаје/поклања …	Мање пажње	Нема промене	Више пажње	Не знам
Праћењу броја посетилаца				
Праћењу порекла посетилаца				
Прикупљању (ванбуџетских) средстава				
Финансијским проблемима				
Привлачењу посетилаца				
Прилагођавању изложби посетиоцима				
Прилагођавању изложби туристима				
Доступности других језика у интерпретацији поставки				
Количини информација (у интерпретацији) за посетиоце				
Осврту на туризам приликом аквизиција				

Рекламирању програма установа културе као туристичке атракције				
Укључивању локалне заједнице у процесе доношења одлука				

18. Да ли постоји још нешто што бисте хтели да кажете о вашем искуству са туристима или посетиоцима програма установа културе или нешто што мислите да је изостављено а важно је за унапређење пословања установа културе?

_____

_____

ХВАЛА НА ИЗДВОЈЕНОМ ВРЕМЕНУ И ХВАЛА НА САРАДЊИ!!!

УПИТНИК 3

АНКЕТА О ПЕРЦЕПЦИЈИ УСТАНОВА КУЛТУРЕ

– ПОСЕТИОЦИ –

Анкета је састављена са циљем прикупљања података за дисертационо истраживање Јелене Вукчевић „Менаџмент установа културе у функцији развоја културног туризма“. Циљ овог анкетног истраживања је да се добију подаци о установама културе на територији Рашког и Расинког округа, конкретно подаци о услугама, посетиоцима и менаџменту установа културе.

Резултати спроведеног истраживања биће коришћени у сврхе израде наведеног рада. Сви појмови који се користе у мушком роду се односе и на женски род.

Анкета је подељена на 4 дела и садржи 34 питања од којих већина има већ понуђене одговоре, те је за попуњавање упитника потребно око 15 минута. Молим Вас да приликом попуњавања анкете имате на уму искључиво установе културе на територији Рашког и Расинског округа. Хвала!

I СОЦИО-ДЕМОГРАФСКИ ПОДАЦИ

1. Пол

а) Женски

б) Мушки

2. Године живота? _____

3. Ниво образовања

а) основна школа

б) средња школа

в) факултет

г) мастер

д) магистар

ђ) доктор наука

4. Место у ком живите: _____

5. Пословна активност

а) ученик/ца (основна/средња)

б) студент/киња

ц) запослен/а

д) пензионер/ка

е) незапослен/а

6. Ваша просечна месечна примања су:

_____

II НАВИКЕ, СЛОБОДНО ВРЕМЕ

7. Колико пута путујете у току једне календарске године?

а) не путујем

б) 1 или 2 пута

ц) 3 или 4 пута

д) 5 и више пута

8. Најчешће путујем:

а) по Србији

б) у иностранство

9. Најчешће путујем са:

а) партнером/ком

б) пријатељима

ц) породицом

д) организованом групом

е) пословно

ф) друго: _____

10. Скалом од 1 до 5 (где је 1 уопште не волим, а 5 највише волим) оцените шта волите да радите у своје слободно време. Молим Вас да дате Ваш одговор за сваку тврдњу тако што ћете заокружити одговарајући број.

Излазак са породицом/пријатељима	1	2	3	4	5

Дружење са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће	1	2	3	4	5
Гледање телевизије	1	2	3	4	5
Слушање радија	1	2	3	4	5
Читање књига	1	2	3	4	5
Стицање нових знања	1	2	3	4	5
Сурфовање интернетом	1	2	3	4	5
Присуствовање неком културном догађају	1	2	3	4	5
Боравак у природи	1	2	3	4	5
Бављење спортским активностима	1	2	3	4	5
Играње игрица (видео или друштвених)	1	2	3	4	5
Бављење хобијем	1	2	3	4	5
Спавање/одмарање	1	2	3	4	5

11. Скалом од 1 до 5 (где је 1 уопште не волим, а 5 највише волим) оцените на која културна дешавања волите да идете. Молим Вас да дате Ваш одговор за сваку тврдњу тако што ћете заокружити одговарајући број.

Одлазак у музеј	1	2	3	4	5
Одлазак у галерију	1	2	3	4	5
Одлазак на концерт	1	2	3	4	5
Одлазак у позориште	1	2	3	4	5
Одлазак у биоскоп	1	2	3	4	5
Одлазак на неку манифестацију (филмску, књижевну, музичку...)	1	2	3	4	5
Обилазак неког споменика културе	1	2	3	4	5

III МОТИВИ ПОСЕТЕ ПРОГРАМИМА УСТАНОВА КУЛТУРЕ

12. Када путујем у иностранство, посећујем установе културе:

а) увек

б) врло често

ц) понекад

д) ретко

е) никад

13. Када путујем по Србији посећујем установе културе:

а) увек

б) врло често

ц) понекад

д) ретко

е) никад

14. Како најчешће посећујете установе културе:

а) у сопственој организацији

б) организовано у групи

ц) друго: _____

15. Да ли сте икад посетили установу културе на територији Рашког/Расинског округа у току свог школовања?

а) Да, молим Вас наведите коју

_____

б) Не

16. Ако је Ваш одговор ДА, искуство је било:

а) Досадно

б) Забавно

ц) Не сећам се

17. Да ли сте посетили неки културни догађај у организацији неке установе културе на територији Рашког/Расинског округа?

а) Да

Коју _____

б) Не

18. Скалом од 1 до 5 (где је 1 апсолутно се не слажем, а 5 апсолутно се слажем), оцените чиме сте мотивисани када посећујете програме установа културе. Молим Вас да дате Ваш одговор за сваку тврдњу тако што ћете заокружити одговарајући број.

Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства	1	2	3	4	5
Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава	1	2	3	4	5
Да се ближе повежем са члановима породице	1	2	3	4	5
Да доживим нова, разноврсна искуства	1	2	3	4	5
Да се упустим у нова истраживања	1	2	3	4	5
Да боље разумем и више ценим историју неког подручја	1	2	3	4	5
Да трагам за новим сазнањима	1	2	3	4	5
Да откривам нове ствари	1	2	3	4	5
Да учествујем у образовним активностима	1	2	3	4	5
Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја	1	2	3	4	5
Да се релаксирам	1	2	3	4	5
Да смањим осећај притиска због превише обавеза	1	2	3	4	5
Да квалитетно проведем слободно време	1	2	3	4	5
Да заборавим свакодневне обавезе					

19. Колико пута посетите неку установу културе на територији Рашког/Расинског округа?

а) Једном у неколико година

б) Једном годишње

ц) 2-3 пута годишње

д) 4-6 пута годишње

е) 7-10 пута годишње

ф) Више од 10 пута годишње

20. Колико се просечно задржите приликом посете програмима установи културе?

а) Мање од 1 сата

б) 1-2 сата

ц) 2-3 сата

д) Више од 3 сата

21. На скали од 1 до 5 (где је 1 апсолутно неважне, а 5 апсолутно важне), оцените колико су за Вас важни наведени облици рекламирања када се информишете о

дешавањима у установама културе? Молим Вас да дате Ваш одговор за сваку тврдњу тако што ћете заокружити заокружити одговарајући број.

Брошуре/лифлети/флајери установа културе	1	2	3	4	5
Локалне туристичке брошуре и мапе	1	2	3	4	5
ТВ рекламе, промотивни спотови	1	2	3	4	5
ТВ прилози, емисије, интервјуи	1	2	3	4	5
Рекламе у штампаним медијима	1	2	3	4	5
Интервјуи у штампаним медијима	1	2	3	4	5
Билборди, постери, плакати	1	2	3	4	5
Интернет презентација (сајт) установа културе	1	2	3	4	5
Интернет презентација (сајт) туристичке организације	1	2	3	4	5
Интернет презентација општине или града у коме се установа културе налази	1	2	3	4	5
Обавештења на друштвеним мрежама установа културе	1	2	3	4	5
Рекламе на друштвеним мрежама	1	2	3	4	5
Обавештења која добијам путем мејла (newsletter)	1	2	3	4	5
Комуникација са људима (препорука некога ко је већ био)	1	2	3	4	5
Порука са информацијом упућена лично мени путем СМС-а, вибера или неке друге мреже за комуникацију	1	2	3	4	5

22. Скалом од 1 до 5 (где је 1 апсолутно се не слажем, а 5 апсолутно се слажем) оцените шта би Вас охрабрило да чешће посећујете програме установа културе. Молим Вас да дате Ваш одговор за сваку тврдњу тако што ћете заокружити одговарајући број.

Више слободног времена	1	2	3	4	5
Изложба која ме интересује	1	2	3	4	5
Више информација о догађањима у установама културе	1	2	3	4	5
Више активности за децу	1	2	3	4	5
Боља саобраћајна повезаност	1	2	3	4	5
Јефтиније улазнице	1	2	3	4	5
Специјални догађаји, радионице, дијалози	1	2	3	4	5
Дуже радно време	1	2	3	4	5
Шири избор додатних услуга, укључујући кафиће, ресторане и продавнице	1	2	3	4	5

23. Заокружите један одговор. За посету неком програму установа културе највише ми одговара:

а) Понедељак

б) Уторак

ц) Среда

д) Четвртак

е) Петак

ф) Субота

г) Недеља

24. Које време Вам највише одговара за посету неком дешавању у установама културе?

а) пре 10 часова

б) 10-12 часова

ц) 12-14 часова

д) 14-16 часова

е) 16-18 часова

ф) 18-20 часова

г) после 20 часова

25. Молим Вас да изразите своје мишљење о наведеним тврдњама скалом оцена од 1 до 5 (где је 1 апсолутно се не слажем, а 5 апсолутно се слажем). Молим Вас да дате Ваш одговор за сваку тврдњу тако што ћете заокружити одговарајући број.

Установе културе треба да обезбеде брошуре за све посетиоце	1	2	3	4	5
Установе културе треба да обезбеде аудио водиче за посетиоце	1	2	3	4	5
Установе културе треба да обезбеде бесплатни штампани материјал са основним информацијама о програмима	1	2	3	4	5
Установе културе треба стално да буду присутне на Интернету	1	2	3	4	5
Информације на званичним веб страницама установа културе треба да буду стално ажуриране	1	2	3	4	5

26. Да ли сматрате да установе културе доприносе развоју Ваше заједнице?

а) да

б) не

27. Зашто тако мислите?

_____

28. Да ли сматрате да установе културе доприносе развоју појединца који посећује њихове програме?

а) да

б) не

29. Зашто тако мислите?

_____

30. На скали од 1 до 5, колико сматрате да су важни наведени елементи за побољшање програмске понуде установа културе (1 = потпуно неважне, 5 = веома важне). Молим Вас да дате Ваш одговор за сваку тврдњу тако што ћете заокружити одговарајући број.

Могућност обиласка изложби и програма уз пратњу водича	1	2	3	4	5
Могућност обиласка изложби и програма самостално	1	2	3	4	5
Виртуелне туре	1	2	3	4	5
Аудио туре/аудио водичи	1	2	3	4	5
Класични панели са текстовима и фотографијама о експонату	1	2	3	4	5
Фиксни „тач скрин" (touch screen) компјутери поред експоната	1	2	3	4	5
Бесплатна пратећа брошура/флајер	1	2	3	4	5
Видео прикази (филмови)	1	2	3	4	5
Аудио пратња изложбе (музика, различити звуци у одређеним деловима излагачког простора)	1	2	3	4	5
Мобилне апликације	1	2	3	4	5
Употреба QR кодова (кодови чијим скенирањем на свом телефону добијате информације, слике, филмове, линкове ка сајту или сл.)	1	2	3	4	5
Истраживачки центар за посетиоце (са приступом стручној литератури, рачунару, Интернету)	1	2	3	4	5
Могућност бављења неком традиционалном активношћу/занатом	1	2	3	4	5
Костимирани аниматори који оживљавају историјске догађаје	1	2	3	4	5
Демонстрације прављења реплика, сувенира	1	2	3	4	5
Могућност куповине реплика, сувенира	1	2	3	4	5

Тематски ресторан у складу са програмском понудом	1	2	3	4	5
Дечје играонице	1	2	3	4	5
Дечје радионице	1	2	3	4	5
Наградни квизови	1	2	3	4	5

IV ЗАДОВОЉСТВО ПОСЕТОМ

31. Скалом од 1 до 5 (где је 1 нимало, а 5 веома), оцените како сте се осећали након посете програмима установа културе. Молим Вас да дате Ваш одговор за сваку тврдњу тако што ћете заокружити одговарајући број

Изгубљено или дезоријентисано	1	2	3	4	5
Уморно	1	2	3	4	5
Да сам изгубио/изгубила осећај за време	1	2	3	4	5
Осећао/осећала сам досаду	1	2	3	4	5
Да сам стекао/стекла нова сазнања	1	2	3	4	5
Задивљеност нечим што сам видео/видела	1	2	3	4	5
Напетост или нервозу	1	2	3	4	5
Да сам изгубио/изгубила време	1	2	3	4	5
Задовољство, спокој и срећу	1	2	3	4	5
Да сам се добро забавио/забавила	1	2	3	4	5

32. Скалом од 1 до 5 (где је 1 веома незадовољан, а 5 веома задовољан) оцените ваше задовољство одређеним аспектима у установама културе. Молим Вас да дате Ваш одговор за сваку тврдњу тако што ћете заокружити одговарајући број.

Доступност резервације и куповине карата (путем телефона, интернета) или опција заказивања групне посете	1	2	3	4	5
Доступност информација о установи културе	1	2	3	4	5
Квалитетом изложбе и програма	1	2	3	4	5
Количином информација о изложби	1	2	3	4	5
Различите могућности сагледавања изложби или програма (филмови, анимација, игрице)	1	2	3	4	5
Доступност информација о атракцијама у близини установе културе	1	2	3	4	5

Доступност информацијама о другим установама културе које се налазе у близини	1	2	3	4	5
Низ активности у којима могу учествовати приликом посете установи културе	1	2	3	4	5
Визуелним изгледом простора за излагање	1	2	3	4	5
Хигијеном установе културе	1	2	3	4	5
Простор за опуштање и одмор	1	2	3	4	5
Приступачност запослених (кустоса, водича, едукатора)	1	2	3	4	5
Пријазност запослених	1	2	3	4	5
Жеља запослених да помогну	1	2	3	4	5

33. Оценом од 1 до 5, где је 1 нисам задовољан а 5 веома сам задовољан, оцените ваше опште задовољство посетом установама културе на територији Рашког/Расинског округа: _____

34. Уколико имате још неки коментар, сугестију или сматрате да нешто није споменуто а важно је за унапређење понуде установа културе на територији Рашког/Расинског округа, молим Вас да наведете:

_____

_____

6.1. Графички прилози

Графикон 1: Задовољство посетилаца у односу на квалитет услуге установе културе (извор: Грефе (2004)

Графикон 2: Дистрибуција годишњег броја посетилаца установе културе (извор: истраживање ауторке)

Графикон 3: Дистрибуција мотивације за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке

Графикон 4: Укупно задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке

Графикон 5: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом пријатељима“ и „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 6: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом пријатељима“ и „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 7: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да се ближе повежем са члановима породице“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 8: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом пријатељима“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 9: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да откривам нове ствари“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 10: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да доживим нова, разноврсна искуства“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 11: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом пријатељима“ и „Да трагам за новим сазнањима“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 12: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 13: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 13: Корелација између скорова на тврдњама „Излазак са породицом и пријатељима“ и „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 14: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са породицом/пријатељима код куће“ и „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 15: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са породицом/пријатељима код куће“ и „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 16: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са породицом/пријатељима код куће“ и „Да се ближе повежем са члановима породице“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 17: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са породицом/пријатељима код куће“ и „Да откривам нове ствари“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 18: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са породицом/пријатељима код куће“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 19: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са породицом/пријатељима код куће“ и „Да трагам за новим сазнањима“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 20: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са породицом/пријатељима код куће“ и „Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 21: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са породицом/пријатељима код куће“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 22: Корелација између скорова на тврдњама „Дружење са породицом/пријатељима код куће“ и „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 23: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да доживим нова, разноврсна искуства“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 24: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке.
Графикон 25: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 26: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да трагам за новим сазнањима“. Извор: истраживање ауторке.
Графикон 27: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да откривам нове ствари“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 28: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 29: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 30: Корелација између скорова на тврдњама „Читање књига“ и „Да побегнем од свакодневнице“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 31: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 32: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 33: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 34: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 35: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 36: Корелација између скорова на тврдњама „Учење нечег новог“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 37: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да са пријатељима учествујем у стицању квалитетних искустава“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 38: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да доживим нова, разноврсна искуства“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 39: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да потпуније сагледам и вреднујем историју једног краја“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 40: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да научим нешто ново“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 41: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да са члановима породице стекнем квалитетна искуства“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 42: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да се ближе повежем са члановима породице“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 43: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да се упустим у нова истраживања“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 44: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да трагам за новим сазнањима“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 45: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да учествујем у образовним активностима Да учествујем у образовним активностима“. Извор: истраживање ауторке

Графикон 46: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да се бавим унапређењем сопственог интелектуалног развоја“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 47: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да се релаксирам“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 48: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да смањим осећај притиска због превише обавеза“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 49: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да квалитетно проведем слободно време“. Извор: истраживање ауторке
Графикон 50: Корелација између скорова на тврдњама „Присуство неком културном дешавању“ и „Да побегнем од свакодневнице“. Извор: истраживање ауторке

Табела 1: Тематски туризам (извор: Јовановић, 2015)
Табела 2: пасивни и активни одмор. Прилагођено према Кривошејев (2014): 80
Табела 3: дефиниције културног туризма. Прилагођено према: Ричардс (2003)
Табела 4: хронолошки приказ међународних конвенција, декларација и повеља у којима се дефинише термин баштина и термин културно наслеђе. Извор: Веко (2010)
Табела 5: Ресурси баштинског туризма. Прилагођено према Панчић Комбол (2006)
Табела 6: Мотиви за посету дестинацији, домаћи и страни туристи. (Извор: Стратегијски маркетинг план туризма Републике Србије до 2025., стр. 62.)
Табела 7: Ставови и понашање страних туриста у Србији. Извор: Туристичка организација Србије, 2016.
Табела 8: Непокретна културна добра Рашког и Расинског управног округа (Извор: https://nasledje.gov.rs/index.cfm/spomenici/pretraga_spomenika_new, приступљено 23.12.2023
Табела 9: сумарни преглед непокретних културних добара Рашког и Расинског округа по категоријама и општинама, односно градовима, извор: Завод за заштиту споменика Краљево
Табела 10: Прве асоцијације испитаника на понуђене градове и општину. Извор: Вукчевић, Антић (2021)
Табела 11: симболи/прва асоцијација на град Краљево. Извор: Вукчевић, Антић (2021)
Табела 12: Преглед туристичких посета општини Тутин 2019 – 2022. Извор: РЗЗС, Тутин, Профили, април 2024.

Табела 13: Годишњи подаци о доласцима туриста на територији Расинског округа 2015 – 2023. Извор: РЗЗС
Табела 14: демографске карактеристике испитианика. Извор: истраживање ауторке.
Табела 15: Разлике по постојању туризма у агенди/статуту у односу на годишњем броју посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке.
Табела 16: Структура субјеката са којима сарађује установа културе. Извор: истраживање ауторке.
Табела 17: Разлике по субјектима са којима се остварује сарадња у односу на годишњем броју посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке.
Табела 18: Утицај постојања сталне поставке у установи културе на годишњи број посетилаца. Извор: истраживање ауторке.
Табела 19: Врста објекта који постоје у оквиру установе културе. Извор: истраживање ауторке.
Табела 20: Утицај врсте објекта који постоје у оквиру установе културе на годишњи број посетилаца. Извор: истраживање ауторке.
Табела 21: Разлике по полу у односу на важност циљева установе. Извор: истраживање ауторке
Табела 22: Разлике по полу у односу на перцепцију маркетинга установе. Извор: истраживање ауторке
Табела 23: Разлике по полу у односу на ставове према присуству туриста. Извор: истраживање ауторке
Табела 24: Разлике по старости испитаника у односу на важност циљева установе. Извор: истраживање ауторке
Табела 25: Разлике по старости испитаника у односу на перцепцију маркетинга установе. Извор: истраживање ауторке
Табела 26: Разлике по старости испитаника у односу на ставове према присуству туриста. Извор: истраживање ауторке
Табела 27: Образовна структура испитаника запослених у установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 28: Разлике по образовању испитаника у односу на важност циљева установе. Извор: истраживање ауторке
Табела 29: Разлике по образовању испитаника у односу на перцепцију маркетинга установе. Извор: истраживање ауторке

Табела 30: Разлике по образовању испитаника у односу на ставове према присуству туриста. Извор: истраживање ауторке
Табела 31: Разлике међу посетиоцима и запосленима у односу на перцепцију о начинима информисања о културној понуди. Извор: истраживање ауторке.
Табела 32: Разлике међу посетиоцима и запосленима у односу на перцепцију о могућностима за побољшање понуде установа културе. Извор: истраживање ауторке.
Табела 33: Разлике по полу у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке.
Табела 34: Старосна структура испитаника. Извор: истраживање ауторке
Табела 35: Разлике по старости испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке.
Табела 36: Образовна структура испитаника. Извор: истраживање ауторке.
Табела 37: Разлике по образовању у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 38: Разлике по примањима испитаника у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 39: Радна структура испитаника. Извор: истраживање ауторке.
Табела 40: Разлике по радном статусу у релацији са свеукупним задовољством посетилаца установе културе. Извор: истраживање ауторке.
Табела 41: Разлике по полу у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке.
Табела 42: Разлике по полу у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 43: Разлике по старости испитаника у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 44: Разлике по старости испитаника у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 45: Разлике по образовању испитаника у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 46: Разлике по образовању испитаника у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 47: Разлике по радном статусу у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке

Табела 48: Разлике по радном статусу у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 49: Разлике по нивоу примања у односу на мотивацију за посећивање програма установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 50: Разлике по нивоу примања у односу на учесталост посета установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 51: Коефицијенти корелације између учесталости путовања и мотивације за посету установама културе, Извор: истраживање ауторке
Табела 52: Разлике по типу дестинације у односу на мотивација за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 53: Структура друштву на путовању. Извор: истраживање ауторке
Табела 54: Разлике по друштву на путовању у односу на мотивацију за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 55: Коефицијенти корелације између жеље да излазе са породицом и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 56: Коефицијенти корелације између Жеља за дружењем са блиским особама (члановима породице и пријатељима) код куће и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 57: Коефицијенти корелације између гледања телевизије и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 58: Коефицијенти корелације између слушања радија и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 59: Коефицијенти корелације између читања књига и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 60: Коефицијенти корелације између жеље за учењем новог садржаја и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 61: Коефицијенти корелације између сурфовања интернетом и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 62: Коефицијенти корелације између присуства на дешавању и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 63: Коефицијенти корелације између одласка на излете у природи и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 64: Коефицијенти корелације између бављења спортом и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке

Табела 65: Коефицијенти корелације између играња игрица и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 66: Коефицијенти корелације између бављења хобијем и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 67: Коефицијенти корелације између одмарања и мотивације за посету установама културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 68: Разлике по полу у односу на осећања након посете установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 69: Разлике по полу у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 70: Разлике по старости испитаника у односу на осећања након посете установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 71: Разлике по старости испитаника у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 72: Разлике по образовању у односу на осећања након посете установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 73: Разлике по образовању у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 74: Разлике по радном статусу у односу на осећања након посете установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 75: Разлике по радном статусу у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 76: Разлике по нивоу примања у односу на осећања након посете установе културе. Извор: истраживање ауторке
Табела 77: Разлике по нивоу примања у односу на задовољство одређеним аспектима установе културе. Извор: истраживање ауторке

Схема 1: Осе дефиниције културног туризма. Прилагођено према Richards (2003).
Схема 2: Класификација културних туриста (према: Bob McKercher, 2002), прилагодила ауторка истраживања.

Слика 1: Државе са највише локалитета на UNESCO листи светске баштине (преузето са https://www.statista.com/chart/23622/unesco-world-heritage-by-country/ , приступљено 7. 8. 2024)

Слика 2: Девизни прилив од туризма у Републици Србији за четворогодишњи период 2020 – 2023. године. (Извор: Министарство туризма и омладине)

7. БИБЛИОГРАФИЈА

Литература:

1. Аврамов, Л. (1991). *Виноградарство*, Београд.
2. Алексић Чеврљаковић, М. и Алексић, М. (2019). *Краљево, град на Ибру. Genius loci и идентитети савремене заједнице*. Наша прошлост, 17/18, стр. 127-144.
3. Antić, A., Vujko, A., Tomić, N. (2020). Examining and Forecasting Tourist Arrivals and Speleotourism Development in Resava Cave (Eastern Serbia), *EJTHR*, 10(2), p. 146 – 153, https://doi.org/10.2478/ejthr-2020-0012
4. del Barrio, M. J., Herrero, L. C. & Sanz, J. Á. (2009). Measuring the efficiency of heritage institutions: A case study of a regional system of museums in Spain, *Journal of Cultural Heritage, 10,* p. 258 – 268.
5. Bićanin, J. (2018). Possibilities of rural tourism development in the area of the municipality of Trstenik, *Economics of Agriculture 1/2018*, pp. 355 – 373.
6. Благојевић, М. (1972). Манастирски поседи крушевачког краја, *Зборник радова са симпозијума „Крушевац кроз векове*“, Крушевац, стр. 26 – 27.
7. Бјељац, Ж., Бранков, Ј. и Поповић, И. (2009). Туризам у неразвијеним просторима Србије, *Зборник радова Географског института „Јован Цвијић“ САНУ*, књ. 59, бр. 1, Београд.
8. Грујовић Брковић, К. (2009). Пољана – симбол Жупе, *Жупски зборник*, бр. 5, Александровац
9. Božić Miljković, I., Radović, N. & Nešić M. (2018). Contribution of Creative and Cultural Industries to Development of Cultural Tourism in Serbia, Conference paper, *Basis of cultural tourism development*, Sitcon 2018, pp. 86 – 94.
10. Brstilo, I., Jelavić, Ž. (2010). Kultura kao prostor mogućnosti: muzej kao čimbenik društvene integracije, *Etnološka istraživanja 15/Ethnological Researches 15*.
11. Бугар, М. (2014). Рановизантијска базилика на локалитету Бедем, *Крушевачки зборник*, бр. 16, Крушевац, стр. 197 – 214.
12. The Venice Charter (1964): international charter for the conservation and restoration of monuments and sites, Second International Congress of Architects and Technicians of Historic Monuments, Venice. https://www.icomos.org/en/participer/179-articles-en-

francais/ressources/charters-and-standards/157-thevenice-charter, приступљено 14. 11. 2023.

13. Vecco, M. (2010). A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible, *Journal of Cultural Heritage, 11*, p. 321 – 324.
14. Vergori, A. S., Arima, S. (2020). Cultural and non-cultural tourism: Evidence from Italian experience, *Tourism Management,* 78.
15. Viken, A., Höckert, E., Grimwood, B. S. R. (2021). Cultural sensitivity: Engaging difference in tourism, *Annals of Tourism research*, 89, https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103223
16. Виђентијевић, Д. (2023). *Значај организационе структуре за стратешко управљање културно-туристичким рутама које пролазе кроз УНЕСКО локалитете*, докторска дисертација, Факултет драмских уметности, Универзитет у Београду.
17. Волић, И., Нађ,. И (2011). Квалитативне методе у туризму, пут ка конституисању теоријске основе за будућу науку, *Теме*, XXXV, бр. 1, Ниш, стр. 85 – 99.
18. Вукановић, М. (2013). *Културна политика у Србији – антрополошка перспектива*, универзитет у Београду, Филозофски факултет, Београд, докторска дисертација.
19. Вуковић М., Штрбац Н. (2019). *Методологија научних истраживања*, Технички факултет у Бору, Универзитет у Београду.
20. Вукчевић, Ј. (2016). *Општина Трстеник*, Трстеник.
21. Вукчевић, Ј., Вукашиновић, В. (2017). *Трагом Јефимије/On Yefimija`s legacy*, Трстеник.
22. Вукчевић, Ј. (2018). Историјски извори о прелазу преко Западне Мораве у трстеничкој сутјесци, *Трстенички мостови*, Народна библиотека Јефимија, Трстеник.
23. Вукчевић, Ј., Стојковић, Ј. (2021). *Трстеничко виногорје*, Народна библиотека Јефимија, Трстеник.
24. Вукчевић, Ј. и Антић, Д. (2021). Установе културе као носиоци развоја националног идентитета и културног туризма, *Зборник радова Филозофског факултета Универзитета у Приштини*, LI(1)/2021, Косовска Митровица, стр. 237 – 264.
25. Gavrilović, Lj. (2010). *Nomen est omen: baština ili nasleđe – (ne samo) terminološka dilema,* Етноантрополошки проблеми. год. 5, св. 2, Етнографски институт САНУ, Београд.
26. Гавриловић, Д. (2018). *Култура*, Завод за проучавање културног развитка, Београд.

27. Глицић М. (2013). Распрострањеност загађивача у сливу Западне Мораве, Факултет техничких наука, Чачак.
28. Global Code of Ethics for Tourism. (2001). UN General Assembly
29. Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. & MacIntosh, R.W. (2000). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 8th ed. John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New Jersey, p. 615-665.
30. Greffe, X. (2004). Is heritage an asset or a liability?, *Journal of Cultural Heritage, 5*, p. 301 – 309.
31. Грујовић Брковић, К., Алексић Чеврљаковић, М. (2015). *Поглед кроз наслеђе 1965 – 2015*., Завод за заштиту споменика Краљево.
32. Debljović Ristić, N. (2018). Stari (Old) Ras and Sopoćani: Challenges and Possibilities in Managing the UNESCO Cultural Heritage, Gone with the wind? *Early medieval central places in today's rural areas. Between research, preservation and re-enactment*, Analecta Archaelogica Ressoviensia, 13, Rzeszów, pp. 135 – 154.
33. Драгићевић Шешић, М. и Стојковић, Б. (2000). *Култура, менаџмент, анимација, маркетинг*, Београд.
34. Драговић, Р. (2004). *Полимље – природа, туризам, одрживи развој*, Српско географско друштво, Београд
35. Драшковић, Д., Михајловић, Т. и Новчић, С. (2014). *Народни музеј Краљево*, Краљево.
36. Драшковић Ковачевић, З. (2002). *Водич кроз Крушевац*, Туристичка организација општине Крушевац.
37. Дубичанин, М., Лунић, Д. (2015). Развој сеоског туризма: могућност депопулације у општини Трстеник, *Synthesis, Tourism and hospitality*, стр. 525 – 530.
38. Ђорђевић, М. (1996). Слободиште и свечаности Слободе, *Под небом Крушевца*, Крушевац.
39. Ђековић, В., Опачић, Б. (2019). *Град Краљево, Модели локалних културних политика као основа за повећање културне партиципације*. Београд: Завод за проучавање културног развитка.
40. Erdoğan, H. H., Enginkaya, E. (2023). Exploring servicescape experiences across museum types, *Journal of Services Marketing*. https://doi.org/10.1108/jsm-03-2022-0111
41. European Centre for Traditional and Regional Cultures [ECTARC]. (1989). *Contribution to the Drafting of a Charter for Cultural Tourism*. ECTARC, Llangollen, Wales.

42. European Commission. (1998). *Culture, the Cultural Industries and Employment*, Commission Staff Working Paper SEC (98) 837, EC, Brussels.
43. European Commission. (2024). *Cultural Tourism. Conserving culture and cultural heritage through inclusive and sustainable development*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
44. Жикић М., Миленковић Љ. (2024). *Анализа капацитета носилаца развоја туризма на локалном нивоу, са посебним освртом на локалне туристичке организације*, Стална конференција градова и општина (СКГО), Београд.
45. Завод за проучавање кулурног развитка (ЗАПРОКУЛ) (2015) *Расински округ*. Београд. https://zaprokul.org.rs/wp-content/uploads/2015/01/rasinski.pdf, преузето 18. 7. 2024
46. Завод за проучавање кулурног развитка (ЗАПРОКУЛ) (2019) *Регионалне развојне агенције и културни развој у Србији.*
47. Закон о јавним службама. „Сл. гласник РС“, бр. 83/2014.
48. Закон о култури. „Сл. гласник РС“, бр. 72/09, 13/16, 30/16 – исправка.
49. Закон о културним добрима републике Србије. „Сл. гласник РС“, бр. 71/1994.
50. Закон о културном наслеђу Републике Србије („Службени гласник РС“, број 129 од 28. децембра 2021.
51. Закон о музејској делатности. „Сл. гласник РС“, бр. 35/2021 и 96/2021.
52. Закон о ратификацији конвенције за заштиту културних добара у случају оружаног сукоба, Сл. лист ФНРЈ – Међународни уговори и други споразуми, број 4/56.
53. Закон о територијалној организацији Републике Србије. „Сл. гласник РС“, бр. 129/2007, 18/2016 и 47/2018.
54. Zan, L., Bonini Baraldi, S. (2013). The heritage chain management. General issues and a case study, China, *Journal of Cultural Heritage, 14*, p. 211–218.
55. Zhang, S., Lin, J., Feng, Z., Wu, Y., Zhao, Q., Liu, S., Ren, Y., Li, H. (2023) Construction of cultural heritage evaluation system and personalized cultural tourism path decision model: An international historical and cultural city, *Journal of Urban Management*, 12 (2), p. 96-111, https://doi.org/10.1016/j.jum.2022.10.001.
56. Zou, Y., Meng, F., Bi, J., Qing, Z. (2021) Evaluating sustainability of cultural festival tourism: From the perspective of ecological niche, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, p. 191 – 199, https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.06.009
57. Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*, Cape Town, South Africa.

58. ICA, ICOM, ICOMOS, IFLA. (2024). Declaration on the protection of archives, libraries, museums and heritage places during armed conflict and political instability
59. ICOMOS. (1982). Tlaxcala Declaration on the Revitalization of Small Settlements, the third Inter-American Symposium on the Conservation of the Building Heritage, Tlaxcala, Trinidad. https://www.icomos.org/en/resources/charters-and-texts/179-articles-en-francais/ressources/charters-and-standards/385-tlaxcala-declaration-on-the-revitalization-of-small-settlements, приступљено 14. 11. 2023.
60. ICOMOS. (1987). The Washington Charter: Charter on the Conservation of Historic Towns and Urban Areas. https://icomosubih.ba/pdf/medjunarodni_dokumenti/1987%20Washingtonska%20povelja.pdf, приступљено 14. 11. 2023.
61. ICOMOS. (1994). The NARA document on authenticity, Nara, Japan. https://www.icomos.org/en/charters-and-texts/179-articles-en-francais/ressources/charters-and-standards/386-the-nara-document-on-authenticity-1994, приступљено 15. 11. 2023.
62. Irish Tourist Board. (1988). *Inventory of Cultural Tourism Resources in the Member States*. European Commission, Brussels.
63. Jelinčić, D. A. (2009). *Abeceda kulturnog turizma*, Zagreb, p. 35 – 36.
64. Јеличић, А. (1996). Брус јуче и данас, *Под небом Крушевца*, Крушевац.
65. Јеличић, А. (2000). *Бруски трагови прошлости и садашњости*, Брус.
66. Јовановић, К. (1907). Старе цркве у Мојсињу, *Старинар Новог реда*, Београд, година 2, стр. 149 – 165.
67. Јовановић, В. (2015). *Тематски туризам*, Универзитет Сингидунум, Београд.
68. Јокић, Б. (2011). *Људски ресурси у култури: изазов за менаџмент и емпиријска истраживања*, Завод за проучавање културног развитка.
69. Kirckpatrick, B. (2014). *English Dictionary*, Geddes and Grosset, London.
70. Kotler, N., Kotler, P. & Kotler, W. (2008). *Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*, Jossey-Bas, San Francisko.
71. Кићовић, Д. (2016). *Валоризација и регионализација туристичко-географских потенцијала Старог Влаха и Рашке*, докторска дисертација, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду.

72. Konvencija o zaštiti svetske kulturne i prirodne i baštine. „Službeni list SFRJ“. (1974). Međunarodni ugovori, br. 56/74.
73. Konvencija o očuvanju nematerijalnog kulturnog nasleđa, „Službeni glasnik RS“. (2010). Međunarodni ugovori, br. 1/2010
74. Коридори Србије, Моравски коридор, пројекат ауто-пута, Извештај о процени утицаја на животну средину и друштво, нетехнички резиме, септембар 2020. https://www.koridorisrbije.rs/site/content/files/5f74fb3eb054c_Morava%20NTS%20Serbian.pdf, приступљено 21. 7. 2024
75. Кривошејев, В. (2012). *Музеји, менаџмент, туризам – ка савременом музеју, од теорије до праксе,* Народни музеј Ваљево и НИП Образовни информатор, Ваљево – Београд.
76. Кривошејев, В. (2013). Непрофитне установе културе и развој туризма, *Зборник радова са V научног скупа са међународним учешћем "УСПОН 2013 – предузетништво као шанса*", Ваљево, Пословни факултет Ваљево – Универзитет Сингидунум.
77. Кривошејев, В. (2014). *Управљање баштином и одрживи туризам*, Народни музеј Ваљево, Артис Центар, Ваљево – Београд.
78. Кривошејев, В. (2015a). Наслеђивање баштине или баштињење наслеђа, *Етноантрополошки проблеми*, год. 10, св. 2, Етнографски институт САНУ, Београд
79. Кривошејев, В. (2015b). Luvr Lens – нова парадигма музеја као генератора развоја окружења, *Култура – часопис за теорију и социологију културе и културну политику*, број 146, Завод за проучавање културног развитка, Београд.
80. Кривошејев, В. (2023). Законодавство у области културне баштине, *Држава и култура у транзицији. Изазови транзиционе културне политике у Србији (2000 – 2020),* Факултет драмских уметности, Београд, стр. 69 – 112.
81. Li, Z., Zhang, H., Xu, Y., Fang, T., Wang, H., Tang, G. (2024). How does cultural distance affect tourism destination choice? Evidence from the correlation between regional culture and tourism flow, *Applied Geography*, 166, https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2024.103261
82. Liu, Z., Wang, A., Weber K., Chan E.H.W., Shi W. (2022). Categorisation of cultural tourism attractions by tourist preference using location-based social network data: The case of Central, Hong Kong, *Tourism Management,* 90, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104488

83. Liu, Y., Wang, Y., Dupre, K., McIlwaine, C. (2022). The impacts of world cultural heritage site designation and heritage tourism on community livelihoods: A Chinese case study, *Tourism Management Perspectives*, 43, https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100994
84. Лома, А. (2006): Етимолошки речник српског језика 2, БА-БД, ур. Александар Лома, Институт за језик САНУ.
85. Luigi, S., Ruggiero, L. (2013). Museum networks in the Mediterranean area: Real and virtual opportunities, *Journal of Cultural Heritage, 14(3)*, p. S75–S79.
86. Лукић, З., Мустафић, А. и Дошеновић Д. (2015). Менаџмент и лидерство, *Economics*, 3 (1), Београд.
87. Lukić, B., Protić, B., Šećerov, V., Belij Radin, M., Popović, V., Gatarić, D. & Milićević, K. (2022) Tourism Infrastructure in the Function of Sustainable Tourism Development: The Case Study of the City of Kruševac, Republic of Serbia, 6th International Thematic Monograph: *Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era, pp. 289 – 313*.
88. Maksić, M., Dobričić, M., Trkulja, S. (2018). Institutional limitations in the management of UNESCO cultural heritage in Serbia: The case of Gamzigrad - Romuliana archaeological site, *Land use policy*, 78, p. 195 – 206, https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2018.06.055
89. Мартиновић, Д. (2010). *Музејска публика у Србији, анализа истраживања*, Завод за проучавање културног развитка, Београд.
90. Марић, М. (2016). Природно и културно наслеђе као ресурс за ревитализацију бањских подручја. Студија случаја Јошаничке Бање, *Новопазарски зборник 39*, Нови Пазар, 207 - 226.
91. Машић, Б. (2010). *Менаџмент*, Универзитет Сингидунум, Београд.
92. Медић, С. (2015). Музеји у функцији културног туризма Војводине, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, докторска дисертација.
93. Милинчић, М., Сандић Д. (2006). Општина Александровац – положај, основна обележја и однос према окружењу, *Жупски зборник 1*, Александровац, стр. 9 – 26.
94. Милићевић, М. (1876). *Кнежевина Србија*, Београд.
95. Милосављевић С., Радосављевић И. (2006). *Основи методологије политичких наука*, Службени гласник, Београд.
96. Михаљчић, Р. (1999). Баштина, *Лексикон српског средњег века*, прир. Сима Ћирковић, Раде Михаљчић, Београд.

97. Михаљчић, Р., Ћирковић, С. (1999). Наслеђе, *Лексикон српског средњег века*, прир. Сима Ћирковић, Раде Михаљчић, Београд.
98. Munsters, W. (1996). Cultural Tourism in Belgium. In Richards G. (ed.) *Cultural Tourism in Europe*. CABI, Wallingford.
99. Muštra V., Škrabić Perić B., Pivčević S. (2023). Cultural heritage sites, tourism and regional economic resilience, Papers in Regional Science, doi: 10.1111/pirs.12731
100. Nguyen, T. H. H., Cheung, C. (2013). The classification of heritage tourists: a case of Hue City, Vietnam, *Journal of Heritage Tourism*, 9 (1), p. 35–50. https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.818677
101. Никодијевић, Д. (2012). *Менаџмент и маркетинг уметности*, Службени гласник, Београд 2012.
102. Norbert, V. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*, Norfolk.
103. Павловић, М., Голић, Р. (2011). Туристички потенцијали Рашке регије и развој сеоског туризма, *Гласник српског географског друштва*, свеска XCI, број 3, 39 – 64.
104. Pavlukovic, V., Armenski, T., Alcántara-Pilar J. M. (2017). Social impacts of music festivals: Does culture impact locals` attitude towards events in Serbia and Hungary?, *Tourism Mangement*, 63, p. 42 – 53, http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.006
105. Панчић Комбол, Т. (2006). *Културно насљеђе и туризам*, Радови Завода за знанствени рад ХАЗУ Вараждин, 16-17, стр. 211-226.
106. Pekarik, A. J. (2003). Another View, Museum as Symbols, *Curator 46/2*, p. 132 – 135.
107. Перић, Д. (2006). *Методологија научних истраживања*, Факултет за спорт и туризам, нови Сад.
108. Петковић. М. (2021). Позиција и активности Народне библиотеке 'Др Душан Радић' у туристичкој понуди Врњачке Бање, *Зборник стручних и научних радова са скупа „Библиотеке и културни туризам"*, НБ „Стефан Првовенчани" Краљево и НБ „Др Душан Радић" Врњачка Бања.
109. Петковић С. (2019): *Менаџмент културних ресурса у туризму*, Београд, Универзитет Сингидунум.
110. Петровић, Д., Вукојичић, Д., Милинчић, У. и Милинчић, М. (2022). Потенцијали за развој винског туризма на простору општине Александровац у функцији одрживог развоја, *Економски погледи*, бр. 24, св. 1, стр. 15 – 35. doi: 10.5937/ep24-38913
111. План развоја општине Александровац 2021 – 2027. https://www.aleksandrovac.rs/wp-

content/uploads/Plan%20razvoja%20opstine%20Aleksandrovac%20radni%20dokument%20draft.pdf преузето: 14. 7. 2024.

112. План развоја општине Брус за период од 2022. до 2029. https://brus.ls.gov.rs/план-развоја-општине-брус-за-период-од-2/, преузето: 14. 7. 2024.

113. План развоја општине Варварин 2021 – 2028. године. https://varvarin.ls.gov.rs/wp-content/uploads/2022/02/Plan-razvoja-opstine-Varavrin-2021-2028.pdf , преузето: 18. 7. 2024.

114. План развоја општине Трстеник 2021 – 2027. https://www.trstenik.rs/images/stories/files/ler/Plan_razvoja/plana_razvoja_trstenik_2021_2027.pdf преузето: 18. 7. 2024.

115. План развоја општине Тутин 2022 – 2028. https://www.tutin.rs/wp-content/uploads/2023/08/Plan-razvoja-opstineTutin.pdf, преузето 27. 12. 2023.

116. Програм развоја туризма града Краљева 2019 – 2020. https://www.kraljevo.rs/wp-content/uploads/2018/12/Program-razvoja-turizma-13.12.2018..pdf, преузето: 18. 7. 2024.

117. Програм развоја туризма града Крушевца за период од 2019. до 2024., https://krusevac.ls.gov.rs/wp-content/uploads/2020/07/Program-razvoja-turizma-grada-Krusevca.pdf , преузето 3. 1. 2021.

118. Програм развоја туризма општине Врњачка Бања за период од 2022 - 2025. године. https://www.vrnjackabanja.gov.rs/images/clanak/3087/dokumenta/program-razvoja-turizma-vrnjacke-banje.pdf преузето: 5. 1. 2023.

119. Подовац, М., Јовановић Тончев, М. и Милићевић, С. (2017). Истраживање ставова испитаника о потенцијалима за развој Врњачке Бање за њен развој као дестинације културног туризма, *Пословна економија/Business economics X*, бр. II, стр. 265–283. doi: 10.5937/poseko10-12296.

120. Попеску, Ј. (2011). Менаџмент туристичке дестинације, Београд.

121. Премовић Алексић, Д. (2014). *Археолошка карта Тутина, Новог Пазар и Сјенице*, Нови Пазар, Музеј Рас.

122. Раденковић Шошић Б., Прентовић С. (2010). Брендирање градова као малих туристичких дестинација, *Жупски зборник* бр. 5, Александровац, 185 – 198.

123. Радић, Р., Петковић, Р. (2011). *Средњовековни путовоћа*, Службени гласник, Београд.

124. Radović, N., Čigoja Piper, D. (2016). *Tourism as Puzzle Improvement of Creative Economy*. In Conferences Proccedings: SITCON 2016, pp.33-36, Belgrade, Singidunum University.

125. Radović, N., Stevanić, B., Stojanović, N. & Radović, M. (2017). *Digitalni mediji u funkciji unapređenja kulturnog turizma*, Sinteza 2017, Univerzitet Singidunum, Beograd, Zbornik radova, pp. 395-399.

126. Radojević T., Radović N., Petrović J. (2018): EU Funding Programs for Cultural Tourism Projects, Conference Paper, *Cultural values – diversity and heritage in tourism*, Sitcon 2018.

127. Ranković, K., Radović, N. (2023). Kulturni turizam i digitalno doba, *Limes +*, 2 – 3 , Novi Sad, pp. 175 – 188.

128. Ranković, K., Radović, N. & Nešić, M. (2023): Sustainable development of cultural heritage in Niš: leveraging visitor management strategies, Conference paper, *International May Conference on Strategic Management – IMCSM23*, XIX (2), May, 2023, Bor, Serbia pp. 130 – 138.

129. Ranković, K., Radović, N., Stanišić, N. & Pantelić, N. (2023). Ethno Museums - Witnesses of the Past, Tourist Resources for the Future, Conference Paper, *Managing the Future by learning from the past – contemporary trends in tourism and hospitality*, Sitcon 2023, pp. 112 – 117.

130. Републички завод за статистику. (2022). *Анкета о страним туристима у републици Србији 2021. године*. Преглед резултата, Београд.

131. Републички завод за статистику. (2023). *Региони у Републици Србији*, ур. Душан Гавриловић, Београд.

132. Републички завод за статистику. (2023a). *Унутрашње миграције 2022, Саопштење*, https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Html/G20231189.html приступљено 9. 7. 2024.

133. Републички завод за статистику. (2023b). *Попис становништва, домаћинстава и станова 2022. године,* Београд.

134. Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. CAB International, Wallingford.

135. Richards, G. (2003). What is Cultural Tourism?, *Erfgoed voor Toerisme*, Weesp: Nationaal Contact Monumenten.

136. Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, p. 12 – 21, https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005.

137. Richards, G., van der Ark, L. A. (2013). Dimensions of cultural consumption among tourists: Multiple correspondence analysis. *Tourism Management*, 37, 71 – 76. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.01.007

138. Richards, G. and Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS news*, 23, p. 16 – 20.

139. Ruiz-Ortega, M., García-Villaverde, P. M., De La Gala-Velasquez, B., Hurtado-Palomino, A., Arredondo-Salas, Y. (2021). Innovation capability and pioneering orientation in Peru's cultural heritage tourism destinations: Conflicting environmental effects, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, p. 441 – 450, https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.012

140. Robaina-Calderín, L., Martín-Santana, J. D., Muñoz-Leiva, F. (2023). Immersive experiences as a resource for promoting museum tourism in the Z and millennials generations, *Journal of Destination Marketing & Management*, 29, https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100795

141. Ryan, C. (2002). Equity, management, power sharing and sustainability — issues of the 'new tourism', Tourism Management, 23 (1), p. 17 – 26.

142. Serravallea, F., Ferrarisa, A., Vrontis, D., Thrassoub, A., Christofi, M. (2019) Augmented reality in the tourism industry: A multi-stakeholder analysis of museums, *Tourism Mangement Perspectives*, 32, https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.07.002

143. Silberberg, T. (1995). Cultural tourism a business opportunity for museum and heritage sites. *Tourism Management, 16*, p. 66 – 69.

144. Симић, Т. (1996). Општина Варварин – Темнићки запис, Под небом Крушевца, Крушевац.

145. Симоновић, С. (2006). *Енциклопедија Крушевца и околине*, Крушевац.

146. Smith, M. K. (2003). *Issues in Cultural Tourism Studies*, Routledge, London.

147. Solima, L., Minguzzi, A. (2014). Territorial development through cultural tourism and creative activities, *Mondes du Tourisme, 10,* doi:10.4000/tourisme.366

148. Спремић, М. (1972). Крушевац у XIV и XV веку, *Зборник радова са симпозијума „Крушевац кроз векове"*, Крушевац.

149. Станојловић, А., Ћурчић, Н. и Павловић Н. (2010). Туристичка валоризација локалитета „Лазарев град" у Крушевцу, *Зборник радова Географски Институт „Јован Цвијић" САНУ*, 60 (2), стр. 77 – 92.

150. Станојловић, А. (2009) Средњовековна тврђава Маглич као потенцијал за развој културног туризма, *Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство*, 38, Нови Сад, стр. 140 – 157.

151. Стојановић, Љ. (1913). Темнићки натпис, *Јужнословенски филолог*, књ. 1, св. 1-2, Београд, стр. 4 – 20.

152. Стојковић, Ј. и Вукчевић, Ј. (2019), Потенцијали за развој мрачног туризма у Републици Србији на примеру села Медвеђа, Општина Трстеник, *Иновације као покретач развоја „Иновативна делатност – савремени изазови и решења“*, Зборник радова са међународног скупа Мефкон, Београд, стр. 242–251.

153. Стојковић Ј. (2020), Могућност развоја културног туризма у селу Велика Дренова, БизИнфо, Часопис из области економије, менаџмента и информатике, 11 (1), Блаце, стр. 53 – 64.

154. Stojković, J., Milićević, S. (2020). SWOT analysis of wine tourism development opportunities in the Trstenik vineyard district, *Hotel and Tourism Management*, 8 (1), pp. 59-67, doi: 10.5937/menhottur2001059S

155. Стошић, А. (1996a). Предања и легенде о насељима, Под небом Крушевца, Крушевац.

156. Стошић, А. (1996b). Историјска прича о Крушевцу, стр. 31 – 41. и Деспот Стефан и његово доба, стр. 166 – 171, *Под небом Крушевца*.

157. Стратегија развоја града Краљева, Скупштина града Краљева. https://www.kraljevo.rs/wp-content/uploads/2017/11/21012015-STRATEGIJA-RAZVOJA-GRADA-KRALJEVA-1.pdf, преузето 15. 7. 2024.

158. Стратегија развоја културе Републике Србије од 2020. до 2029. година са Акционим планом, нацрт. http://www.seecult.org/vest/vlada-srbije-usvojila-strategiju-razvoja-kulture-2020-2029, приступљено: 27. 11. 2023.

159. Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016 – 2025. („Сл. гласник“ бр. 98/2016), https://mtt.gov.rs/download/3/strategija.pdf, приступљено више пута.

160. Стратегија урбаног развоја града Новог Пазара 2023 – 2034. https://www.novipazar.rs/strategija-urbanog-razvoja-grada-novog-pazara, преузето 19. 7. 2024.

161. Стратешки приоритети развоја културе Републике Србије. (2021). https://www.kultura.gov.rs/extfile/sr/6132/Strate%C5%A1ki%20prioriteti%20razvoja%20kulture.pdf, приступљено 27. 11. 2023.

162. Ћирић, И. (2010). Баштина у „Microsoft” музеју – како је Интернет преузео улогу Музеја: прва велика сеоба знања, *Етнолошко-антрополошке свеске 15*, (н.с.) 4.

163. Ћосић, П. (2008). *Речник синонима*, Београд.

164. UNESCO. (1956). Records of the General Conference, Resolutions,Ninth session, New Delhi. Доступно на линку: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114585.page=40, приступљено 14. 11. 2023.

165. UNESCO. (1962) Recommendation concerning the Safeguarding of Beauty and Character of Landscapes and Sites, twelfth session, Paris, France. https://www.unesco.org/en/legal-affairs/recommendation-concerning-safeguarding-beauty-and-character-landscapes-and-sites, приступљено 14. 11. 2023.

166. UNESCO. (1971). Convention on Wetlands of International Importance especially as Waterfowl Habitat, Ramsar, Iran. https://en.unesco.org/about-us/legal-affairs/convention-wetlands-international-importance-especially-waterfowl-habitat, приступљено 14. 11. 2023.

167. UNESCO. (1972). Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, seventeenth session, Paris, France. https://whc.unesco.org/en/conventiontext/, приступљено 14. 11. 2023.

168. UNESCO. (1989). Paris Congress 1989: general conclusions, recommendations and suggestions for action, Paris, France in Prospects: quarterly review of education, XX, 2, p. 221-227. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000087149, приступљено 15. 11. 2023.

169. UNESCO. (1993). The Oaxaca Declaration, International Seminar on Education, Work and Cultural Pluralism, Oaxaca, Mexico, in: Culture plus: newsletter of the World Decade for Cultural Development, 11, p. 4-5.

170. UNESCO. (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. www.unesco.org/culture/ich/en/convention & http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540e.pdf, приступљено: 15. 11. 2023.

171. UNWTO (World Tourism Organization). (2023). *World Tourism Barometer*, Volume 21, Issue 2, excerpt.

172. Унковић, С., Зечевић, Д. (2007). *Економика туризма*, Београд.

173. Урбанистички пројекат за обнову цркве Светог Стефана у манастиру Милентија на катастарској парцели бр. 933/2 К.О. Град, општина Брус (мај 2024). https://brus.ls.gov.rs/јавна-презентација-урбанистичког-пр-3/ приступљено: 21. 7. 2024.

174. Уредба о поступку за прибављање сагласности за ново запошљавање и додатно радно ангажовање код корисника јавних средстава, „Сл. гласник РС“, бр. 159/2020.

175. Уредба о утврђивању Регионалног просторног плана за подручје Шумадијског, Поморавског, Рашког и Расинског управног округа, 2014, „Службени гласник РС“, број 39, чл. 2. https://pravno-informacioni-sistem.rs/eli/rep/sgrs/vlada/uredba/2014/39/1 приступљено 22. 7. 2024.

176. Urošević, N. (2010). The Effects of Including the Cultural Sector in the Tourist Product of Destination – Strategic Considerations Regarding Istria as the Region of Cultural Tourism and Pula as the Euroepan Capital of Culture, *Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry,* pp. 1305-1317. Opatija Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija.

177. Ферјанчић, Б. (1972). Крушевац и околина до 1371., *Зборник радова са симпозијума „Крушевац кроз векове“*, Крушевац 1971.

178. The Hague convention. (1954). Protection of cultural property in the Event of Armed Conflict.

179. Hall, D. R. (2000). Tourism as Sustainable Development? The Albanian Experience of `Transition', *International Journal Of Tourism Research*, 2, p. 31-46.

180. Hernández-Mogollóna, J. M., Duarte, P. A., Folgado-Fernández, J. A. (2018). The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist destination, *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.03.004

181. Hidalgo, C., Maene, O. (2017). The Nature of Spain's International Cultural Tourism throughout the Economic Crisis (2008–2016), *A Macroeconomic Analysis of Tourist Arrivals and Spending*. *Economies*, Madrid.

182. Huang S., Xu J., Wang J. (2023). Cross-cultural validation of the Chinese cultural value scale in tourism, *Heliyon,* 9.

183. Calderwood, L. U., Soshkin, M. (2019). *The travel and tourism competitiveness report 2019*, World Economic Forum, https://apo.org.au/node/257631

184. Council of Europe. (1972). European Soil Charter, Strasbourg, France. https://rm.coe.int/090000168067e296, приступљено 14. 11. 2023.

185. Council of Europe. (1975). European Charter of the Architectural Heritage, Amsterdam, Netherland. https://www.icomos.org/en/resources/charters-and-texts/179-articles-en-francais/ressources/charters-and-standards/170-european-charter-of-the-architectural-heritage, приступљено 14. 11. 2023.

186. Council of Europe. (1985). Convention for the Protection of the Architectural Heritage of Europe, Granada, Spain. https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/granada-convention приступљено 14. 11. 2023.

187. Cristineli, G. ed. (2000). *The Krakow Charter*. Principles for the conservation and restoration of built heritage, Marsilio, Venice.

188. Црнобрња Красић, С. (2020). Археологија у Жупи 2008 – 2020., *Жупски зборник*, број 10, Александровац, стр. 190 – 198.

189. du Cros, H., McKercher, B. (2015). *Cultural Tourism*, second edition.

190. Culley, S. (2010). Museums and Tourists: A Quantitative Look at Curator Perceptions of Tourism, Master Thesis.

191. Chamizo-Nieto, F.J., Nebot-Gómez de Salazar, N., Rosa-Jiménez, C., Reyes-Corredera, S. (2023). Touristification and Conflicts of Interest in Cruise Destinations: The Case of Main Cultural Tourism Cities on the Spanish Mediterranean Coast. *Sustainability, 15*, https://doi.org/10.3390/su15086403

192. Chang, D., Zhang, N. (2024). The effect of cultural system reform on tourism development: Evidence from China, *Structural Change and Economic Dynamics*, 70, p. 77 – 90, https://doi.org/10.1016/j.strueco.2024.01.009

193. Чанак Медић, М.и др. (2014). *Манастир Жича*, Београд.

194. Čolović, M., Radović, N. & Njeguš, A. (2018). The impact of developmental crises, the sense of meaning in life and identity expansion on cultural tourist behavior, Sinteza 2018, Zbornik radova *Special aspects of cultural tourism development*, Univerzitet Singidunum, Beograd, pp. 135 – 141.

195. Шаћировић, С. (2007). *Валоризација новопазарског краја*, докторска дисертација, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду.

196. Шола, Т. (2011). *Према тоталном музеју*, Центар за музеологију и херитологију Филозофског факултета у Београду.

197. Wales Tourist Board. (1994). *Tourism 2000. A strategy for Wales*. Cardil: Wales Tourist Board.

198. Xu, D., Zhang, w., Zhang, C., Mao, R., Wang, C. (2024). Digitally enriched exhibitions: Perspectives from Museum professionals, *Tourism Management*, 105, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104970

199. Xu, J., Shi, JP., Chen, X. (2025) Curators or creators: Role configurations of digital innovation strategy in museum tourism destination and the principles underlying their attractiveness, *Tourism Management*, 106, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105024

200. Wang, J., Sun, Y., Zhang, L., Zhang, S., Feng, L., & Morrison, A. M. (2023). Effect of display methods on intentions to use virtual reality in museum tourism, *Journal of Travel Research*, https://doi.org/10.1177/00472875231164987

201. Whyte, B., Hood, T. & White, B. P. (2012). *Cultural and Heritage Tourism*: A Handbook for Community Champions.

202. Williams, C. (2010). *Principi menadžmenta*, Data Status, Beograd.

203. Wijesuriya, G., Thompson, J. & Young C. (2013). *Managing cultural world heritage, Resource Manual*, United Nations Educational, Sceientific and Cultural Organization, p. 23-24.

204. World Tourism Organisation. (1985). *The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development*. WTO, Madrid.

205. World Tourism Organization. (2018). *Tourism and Culture Synergies,* UNWTO, Madrid, p. 29 – 30.

Интернет извори:

206. Географско друштво Србије. (2020). *Државе са највише локалитета на UNESCO листи светске баштине*. https://www.gdrsbl.org/drzave-sa-najvise-lokaliteta-na-unesco-listi-svjetske-bastine/, приступљено: 14. 7. 2024.

207. German National Tourist Board [GNTB] (2024). *Cultural tourism and sustainability at the heart of the German National Tourist Board's global marketing strategy for 2024*., https://www.germany.travel/media/redaktion/newsroom/press_release_folder/press_media_folder_de/pressemitteilungen_2024/PR_28.02.24_Culture_Tourism_EN.pdf, приступљено: 12. 9. 2024.

208. Град Крушевац, званична веб страница, *Историја Крушевца*. https://www.krusevac.rs/sr_cir/krusevac/istorija.html, приступљено: 27. 12. 2020

209. European Travel Commision [ETC]. (2024). *European tourism reaches new highs in 2024. as travellers' plans diversify*, https://etc-corporate.org/news/european-tourism-reaches-new-highs-in-2024-as-travellers-plans-diversify/, приступљено 11. 09. 2024.

210. Eurostat (2024). *Nights spent at tourist accommodation establishments*, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_occ_ninat/default/table?lang=en , приступљено 11. 09. 2024.

211. Завод за заштиту споменика културе Краљево, званична веб страница, *Кратак историјат Завода*. https://zzskv.rs/kratak-istorijat-zavoda-za-zastitu-spomenika-kulture-kraljevo/, приступљено 23. 12. 2023.

212. International Council of Museums, *Museum definition*. (2022). https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/ , приступљено 7. 8. 2024.

213. Информациони систем непокретних културних добара. https://nasledje.gov.rs/index.cfm/spomenici/pretraga_spomenika_new, приступљено 18. 7. 2024.

214. *Магличград*, веб сајт https://www.maglicgrad.rs/ , приступљено 7. 8. 2024.

215. Ministère de la culture (2022). *Tourisme et culture, Chiffres clés, statistiques de la culture*. https://www.culture.gouv.fr/espace-documentation/statistiques-ministerielles-de-la-culture2/publications/Collections-d-ouvrages/chiffres-cles-statistiques-de-la-culture-et-de-la-communication-2012-2023/Chiffres-cles-2022, приступљено: 12. 9. 2024.

216. Општина Брус, званична веб страница, *Лична карта Бруса* https://brus.ls.gov.rs/licna-karta/, приступљено: 27. 12. 2020.

217. Општина Врњачка Бања, званична веб страница, *Туризам у Врњачкој Бањи*. http://www.vrnjackabanja.co.rs/srpski/sadrzaj/turizamglmeni/vrnjackabanjaclanak, приступљено: 26. 12. 2020.

218. Општина Рашка, званична веб страница. https://www.raska.gov.rs/index.php/2015-01-03-18-53-15/2015-01-03-18-53-59, приступљено 27. 12. 2020.

219. *Our heritage: where the past meets the future*. (2018). EPALE, European Comission. https://epale.ec.europa.eu/en/blog/our-heritage-where-past-meets-future (приступљено 27. 11. 2023)

220. Расински управни округ, званична веб страница. https://rasinski.okrug.gov.rs/1-o-upravnom-okrugu/, приступљено 30.11.2023. и поново 23. 12. 2023.

221. Рашки управни округ, званична веб страница. https://raski.okrug.gov.rs/?page_id=43, приступљено 30.11.2023. и поново 23. 12. 2023.

222. Регионална туристичка организација Санџака, званична веб страница. http://rtosandzak.org/ приступљено 23. 12. 2023.

223. Републички завод за статистику, званична веб страница, *Доласци и ноћења туриста по општинама – месечни подаци*. https://data.stat.gov.rs/Home/Result/220205?languageCode=sr-Latn&displayMode=table&guid=bd4c1c48-3136-42ef-9ea5-7db67f0e910a приступљено 19. 7. 2024.

224. Селаковић: *Обнова „Лазаревог града“ биће пројекат од националног значаја*, Министарство културе Републике Србије. https://kultura.gov.rs/vest/15696/selakovic-obnova-lazarevog-grada-bice-projekat-od-nacionalnog-znacaja.php, објављено 28. 6. 2024. приступљено 18. 7. 2024.

225. *Сталаћка клисура и Мојсињске планине – ново заштићено подручје на видику*, Клима101. Stalaćka klisura i Mojsinjske planine - novo zaštićeno područje u Srbiji na vidiku (klima101.rs), приступљено: 21. 7. 2024.

226. Statista, *Museums with the highest attendance in Europe from 2019 to 2023*. https://www.statista.com/statistics/747942/attendance-at-leading-museums-in-europe/#:~:text=The%20Louvre%20in%20Paris%20was,museum%20in%20Europe%20in%202023. објављено 20. 8. 2024., приступљено 29. 9. 2024.

227. Туристичка организација Краљева, званична веб страница, *Краљево кроз векове*. https://www.kraljevoturizam.rs/kvkrozvekove.html, приступљено 15. 7. 2024.

228. Туристичка организација Крушевца, званична веб страница, *Општи подаци о граду Крушевцу* http://www.turizamkrusevac.com/sr/upoznajte-krusevac/upoznajte-grad-krusevac/opsti-podaci-o-gradu-krusevacu, приступљено: 27. 12. 2020.

229. Туристичка организација регије Западна Србија, званична веб страница. http://www.westserbia.org/o-nama/ приступљено 23. 12. 2023.

230. Туристичка организација Србије, званична веб страница. (2016). Stavovi i ponašanje stranih turista u Srbiji, http://www.srbija.travel/aktuelno.2177.html, приступљено 27. 11. 2022.

231. UN Tourism. (2008). *Glossary of tourism terms*, дефиниција туризма. https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms, приступљено: 13. 11. 2023.

232. UN Tourism. (2022). *Tourism Recovery Accelerates to Reach 65% of Pre-Pandemic Levels*. Tourism Recovery Accelerates to Reach 65% of Pre-Pandemic Levels (unwto.org), приступљено 27. 11. 2023.

233. UNESCO, *Number of World Heritage properties in each State Party*, https://whc.unesco.org/en/statesparties/stat/ приступљено 7. 8. 2024.

234. UNESCO, Properties inscribed on the World Heritage List, *Serbia*, https://whc.unesco.org/en/statesparties/rs приступљено 7. 8. 2024.
235. UNWTO (World Tourism Organization). (2024). *Global and regional tourism performance* https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance, приступљено: 11. 9. 2024.

8. ЗАХВАЛНИЦЕ

Велику захвалност дугујем својој породици која ми је увек пружала безрезервну подршку и показивала велику веру да ће ово дисертационо истраживање угледати светлост дана: родитељима, брату Мирославу Вукчевићу, професору историје, који је добровољно рецензирао свако моје, па и ово дисертационо, истраживање, Александру који ме је мотивисао, бодрио и храбрио, а посебно сину Николи који ме је увек филозофски питао: „Мама, због чега ти то пишеш толико?“ јер ме је тим питањем изнова враћао на основну идеју истраживања – да својом експертизом допринесем културно-туристичком развоју најлепшег дела Републике Србије, Рашком и Расинском управном округу.

Посебну захвалност дугујем уваженим члановима комисије. Професорици др Никици Радовић која се прихватила менторирања моје тезе у моменту када сам озбиљно размишљала да одустанем од даљег дисертационог истраживања и која ми је својим саветима, изузетном логиком и усмеравањем потпуно променила поглед на прикупљену литературу и резултате истраживања и омогућила целовит увид у дисертационо истраживање. Професору др Владимиру Кривошејеву, који је главни „кривац“ за мој прелазак из области историје и музеологије у туристичке воде и апсолутну фасцинираност културним туризмом. Професорици др Александри Вујко на експедитивности и коректности, на одвојеном времену и спремности да својим корисним саветима учини да ово дисертационо истраживање буде још квалитетније.

Захвалност дугујем и изузетном руководству Универзитета Сингидунум, на првом месту декану Факултета за туристички и хотелијерски менаџмент, проф. др Мирославу Кнежевићу, који је показао велико разумевање и колегијалност и уложио значајан труд и енергију да ми помогне да премостим, за мене превелике у том моменту, препреке на мом дисертационом путу. Такође, и Диани Орлић која је увек била ту да разјасни све моје недоумице и да у најкраћем року одговори на сва питања.

Невероватно много захвалности дугујем екипи Креативног менторства, јер изгледа да, на мом путовању, једна менторка није била довољна, била ми је потребна још једна менторка, изузетна стручњакиња, музејска саветница, историчарка уметности, Милена Милошевић Мицић, која је тачно разумела све проблеме са којима се сређем, која је увек била ту да ме погура у данима када сам осећала да не могу даље, да ме мотивише и инспирише, и да ме стално подсећа шта је то мој фокус, који су то моји

приоритети и шта је то прво шта је потребно да урадим да бих остварила своје зацртане циљеве. Хвала Драгани Јевтић, Адни Масло и др Катарини Митић Минић које су ме одабрале да будем део екипе Креативног менторства и уз помоћ чисте магије спојиле са Миленом.

Најлепше хвала др Данијели Вићентијевић чији аналитички ум и безрезервна подршка су ми помогли да проникнем у суштину туризма, суштину развоја одрживог туризма, културног туризма и што ми је пронашла књигу за коју ми је речено да нигде више не може да се нађе. Хвала Данијели и што је била решена да ми помогне након само једног телефонског позива, док се још нисмо познавале и што није отишла на ручак са делегацијом из Алжира већ је дошла да попије кафу са Јеленом Вукчевић из Трстеника.

Уваженој колегиници Нади Маринковић за сву благост, доброту и стрпљење, сву пружену колегијалну, сестринску и пријатељску помоћ током протеклих 15 година.

Доктору Небојши Стамболији код кога је мој индекс био више него код мене, на свој техничкој, логистичкој и консултативној помоћи коју ми је пружао од мог првог дана студирања на основним студијама историје у Нишу као старији колега и касније велики пријатељ.

Захвалност дугујем и Данку Ђоковићу на свим експертским саветима и консултацијама током најважнијег дела мог дисертационог истраживања.

Хвала свим колегама, пријатељима, познаницима из установа и организација са територије Рашког и Расинског округа који су ми пружили несебичну помоћ током попуњавања упитника, а посебно хвала драгим колегиницама и колегама са Народног универзитета Трстеник, Самиру Качапору из Регионалне развојне агенције Санџака, Михајлу Јоловићу, саветнику за туризам у Одељењу за привреду Градске управе Новог Пазара, Џенану Паламару, директору Културног центра и Бесару Хаџићу, шефу Службе градоначелника из Новог Пазара, Јелени Петровић, директорици Завичајног музеја из Александровца, Лидији Ужаревић из Културног центра Крушевац, Марији Аћимовић из Центра за културу у Врњачкој Бањи, Татјани Михаиловић из Народног музеја Краљево, Стевану Рибаћу из Регионалне развојне агенције Расинског округа и Луцији Васиљевић из Регионалне развојне агенције Рашког округа … који су ме звали, питали како напредујем и бодрили током читавог процеса.

Дисертацију посвећујем грађанима Рашког и Расинског управног округа

МЕНАЏМЕНТ УСТАНОВА КУЛТУРЕ У ФУНКЦИЈИ РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА

ORIGINALITY REPORT

9%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	www.pravno-informacioni-sistem.rs Internet	531 words — 1%
2	www.cris.uns.ac.rs Internet	369 words — < 1%
3	www.parlament.gov.rs Internet	366 words — < 1%
4	aseestant.ceon.rs Internet	356 words — < 1%
5	sr.wikipedia.org Internet	320 words — < 1%
6	nardus.mpn.gov.rs Internet	312 words — < 1%
7	mladisuzakon.rs Internet	260 words — < 1%
8	reff.f.bg.ac.rs Internet	216 words — < 1%
9	documents.mx Internet	205 words — < 1%

10	www.cacak.org.rs Internet	196 words — < 1%
11	www.ruma.rs Internet	171 words — < 1%
12	fedorabg.bg.ac.rs Internet	160 words — < 1%
13	Jelena Stanisavljević, Kristina Savić, Jovana Karadžić-Stojanović, Miljana Zaharić, Ivan Stojšić. "Students' attitudes to e-learning in high school biology instruction", Nastava i vaspitanje, 2021 Crossref	141 words — < 1%
14	eteze.arts.bg.ac.rs Internet	141 words — < 1%
15	uvidok.rcub.bg.ac.rs Internet	133 words — < 1%
16	www.pmf.ni.ac.rs Internet	130 words — < 1%
17	zaprokul.org.rs Internet	130 words — < 1%
18	www.kultura.gov.rs Internet	120 words — < 1%
19	eteze.bg.ac.rs Internet	114 words — < 1%
20	www.kraljevo.rs Internet	108 words — < 1%
	fedorani.ni.ac.rs	

21	Internet	105 words — < 1%
22	www.skgo.org Internet	92 words — < 1%
23	Jelena Vukčević, Dejan Antić. "Cultural institutions as carriers of the development of national identity and cultural tourism", Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Pristini, 2021 Crossref	88 words — < 1%
24	gery.gef.bg.ac.rs Internet	88 words — < 1%
25	www.osmsrbija.iz.rs Internet	84 words — < 1%
26	s5.paragraf.rs Internet	77 words — < 1%
27	zavodkraljevo.rs Internet	76 words — < 1%
28	akademac.edu.rs Internet	73 words — < 1%
29	www.eupropisi.com Internet	71 words — < 1%
30	www.batut.org.rs Internet	64 words — < 1%
31	fsj.alfa.edu.rs Internet	63 words — < 1%
32	www.researchgate.net Internet	

		57 words — < 1%
33	krusevac.ls.gov.rs Internet	53 words — < 1%
34	www.ekourbapv.vojvodina.gov.rs Internet	48 words — < 1%
35	www.landsproject.net Internet	48 words — < 1%
36	www.gistrstenik.rs Internet	47 words — < 1%
37	media.zzskv.rs Internet	43 words — < 1%
38	vbs.rs Internet	43 words — < 1%
39	fdocuments.net Internet	42 words — < 1%
40	eteze.kg.ac.rs Internet	40 words — < 1%
41	www.ustavni.sud.rs Internet	39 words — < 1%
42	www.vrnjackabanja.gov.rs Internet	37 words — < 1%
43	www.bhas.ba Internet	35 words — < 1%
44	lazarevac.rs	

	Internet	33 words — < 1%
45	eteze.ni.ac.rs Internet	32 words — < 1%
46	fedorakg.kg.ac.rs Internet	32 words — < 1%
47	www.raska.gov.rs Internet	32 words — < 1%
48	www.maticasrpska.org.rs Internet	31 words — < 1%
49	ekonomskipogledi.pr.ac.rs Internet	30 words — < 1%
50	phaidrabg.bg.ac.rs Internet	30 words — < 1%
51	raumplan.iaus.ac.rs Internet	30 words — < 1%
52	shomi91.blogspot.com Internet	29 words — < 1%
53	dais.sanu.ac.rs Internet	28 words — < 1%
54	iriss.idn.org.rs Internet	27 words — < 1%
55	spriv.vojvodina.gov.rs Internet	26 words — < 1%
56	www.fpn.bg.ac.rs	

Internet

26 words — < 1%

57 www.gi.sanu.ac.rs
Internet

26 words — < 1%

58 singipedia.singidunum.ac.rs
Internet

25 words — < 1%

59 Branislav Brojcin, Andrijana Pavlovic, Bojana Mastilo, Nenad Glumbic. "The attitudes of future special educators towards persons with developmental difficulties", Nastava i vaspitanje, 2015
Crossref

24 words — < 1%

60 fdocumentos.tips
Internet

24 words — < 1%

61 hdl.handle.net
Internet

24 words — < 1%

62 www.docdroid.net
Internet

24 words — < 1%

63 www.pecinci.org
Internet

24 words — < 1%

64 ebooks.ien.bg.ac.rs
Internet

22 words — < 1%

65 etno-institut.co.rs
Internet

22 words — < 1%

66 www.statista.com
Internet

22 words — < 1%

67 www.turizamtrstenik.rs
Internet

		22 words — < 1%
68	docplayer.net Internet	21 words — < 1%
69	varvarin.org.rs Internet	21 words — < 1%
70	Scheinert, Rachel B., Aditya Asokan, Asha Rani, Ashok Kumar, Thomas C. Foster, and Brandi K. Ormerod. "Some hormone, cytokine and chemokine levels that change across lifespan vary by cognitive status in male Fischer 344 rats", Brain Behavior and Immunity, 2015. Crossref	20 words — < 1%
71	current.ndl.go.jp Internet	20 words — < 1%
72	npao.ni.ac.rs Internet	20 words — < 1%
73	www.dmdm.gov.rs Internet	18 words — < 1%
74	zemun.rs Internet	18 words — < 1%
75	docplayer.hu Internet	17 words — < 1%
76	info.babylon.com Internet	17 words — < 1%
77	openresearch-repository.anu.edu.au Internet	17 words — < 1%

78	Sanja Bundalo. "The cooperation between libraries and museums with the review on the cooperation between the Public library "Bora Stanković", Vranje and the National museum of Vranje", Korak biblioteke: casopis za kulturu i bibliotecko-informacionu delatnost, 2021 Crossref	16 words — < 1%
79	core.ac.uk Internet	16 words — < 1%
80	ebin.pub Internet	16 words — < 1%
81	rsjp.gov.rs Internet	16 words — < 1%
82	uzice.rs Internet	16 words — < 1%
83	www.hit-vb.kg.ac.rs Internet	16 words — < 1%
84	docplayer.es Internet	15 words — < 1%
85	vdocuments.site Internet	15 words — < 1%
86	www.zrenjanin.rs Internet	15 words — < 1%
87	balkanekspresrb.rs Internet	14 words — < 1%
88	museumns.rs Internet	14 words — < 1%

89	www.kraljevgrad.com Internet	14 words — < 1%
90	Jřří Toman. "The Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict - Commentary on the Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict and its Protocol, signed on 14 May 1954 in The Hague, and on other instruments of international law concerning such protection", Routledge, 2017 Publications	13 words — < 1%
91	ekfak.kg.ac.rs Internet	13 words — < 1%
92	etnografskimuzej.rs Internet	13 words — < 1%
93	www.apr.gov.rs Internet	13 words — < 1%
94	www.eps.rs Internet	13 words — < 1%
95	www.mpn.gov.rs Internet	13 words — < 1%
96	kar.kent.ac.uk Internet	12 words — < 1%
97	serbia.rec.org Internet	12 words — < 1%
98	www.ips.ac.rs Internet	12 words — < 1%
99	www.opstinatitel.rs Internet	12 words — < 1%

100	odseknis.akademijanis.edu.rs Internet	11 words — < 1%
101	telepon.cyou Internet	11 words — < 1%
102	www.zurbnis.rs Internet	11 words — < 1%
103	ekoblog.info Internet	10 words — < 1%
104	kulskakomuna.com Internet	10 words — < 1%
105	va.mod.gov.rs Internet	10 words — < 1%
106	web1.pmf.ni.ac.rs Internet	10 words — < 1%
107	www.mgsi.gov.rs Internet	10 words — < 1%
108	cris.maastrichtuniversity.nl Internet	9 words — < 1%
109	mrezainspektorasrbije.rs Internet	9 words — < 1%
110	mtt.gov.rs Internet	9 words — < 1%
111	pzzzsk.rs Internet	9 words — < 1%

112	www.npfruskagora.co.rs Internet	9 words — < 1%
113	Mihajlo Cvetkovic, Djordje Nikolic. "Liability for damage caused by shortage and failure to use necessary medical devices", Zbornik radova Pravnog fakulteta, Nis, 2014 Crossref	8 words — < 1%
114	Mirjana Zoric. "World War One and revisionism: In the focus of historiography and propaganda", Vojno delo, 2014 Crossref	8 words — < 1%
115	Nemanja Janković, Nenad Perić. "Promotion and preservation of cultural heritage: The example of Kalemegdan", Bastina, 2019 Crossref	8 words — < 1%
116	commons.wikimedia.org Internet	8 words — < 1%
117	jakov.kpu.edu.rs Internet	8 words — < 1%
118	moam.info Internet	8 words — < 1%
119	rasinskiokrug.org.rs Internet	8 words — < 1%
120	www.casopiskultura.rs Internet	8 words — < 1%
121	www.direkcijakv.net Internet	8 words — < 1%

122	www.mfin.gov.rs Internet	8 words — < 1%
123	www.nis.eu Internet	8 words — < 1%
124	www.paracin.rs Internet	8 words — < 1%
125	www.pks.rs Internet	8 words — < 1%
126	www.vladicinhan.org.rs Internet	8 words — < 1%
127	www.vpskp.edu.rs Internet	8 words — < 1%
128	025info.rs Internet	7 words — < 1%
129	kv-biblio.org.rs Internet	7 words — < 1%
130	利明 大倉, 智吉 村田. "改訂世界土壌憲章（2015）の解説", ペドロジスト, 2018 Publications	7 words — < 1%
131	Aleksandra Kolaković. "Scientists and cultural diplomacy of Serbia", Kultura, 2021 Crossref	6 words — < 1%
132	anthroserbia.org Internet	6 words — < 1%
133	archive.org Internet	6 words — < 1%

134	www.eknfak.ni.ac.rs Internet	6 words — < 1%
135	www.kv-rda.org Internet	6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES	ON	EXCLUDE SOURCES	OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	ON	EXCLUDE MATCHES	OFF