

Бранислава П. НАРАНЧИЋ ЈОВЕЉИЋ*
Дирекција за финансије, Брчко дистрикт БиХ

Анка С. БУЛАТОВИЋ**
Европски Универзитет Брчко дистрикт БиХ

ИСПИТИВАЊЕ УТИЦАЈА ПРИРОДНИХ И КУЛТУРАЛНИХ РЕСУРСА НА ПЕРФОРМАНСЕ ТУРИЗМА

Апстракт: Туризам је веома значајан за развој земље. Да би се развијала свака земља мора улагати у туризам и користити своје ресурсе које посједује како би привукла туристе. Ово истраживање је узело у обзир како природни и културални ресурси утичу на побољшање перформанси туризма. Том приликом је посматран и какав утицај има стопа економског раста код тога односа између природних и културалних ресурса и перформанси туризма. Због тога је коришћена регресијска анализа са медијатором бруто друштвени производ који представља економски раст. Резултати су показали да на три од четири перформансе туризма утичу природни и културални ресурси при промјени стопе економског раста. На тај начин је доказано да природно и културални ресурси утичу на перформансе туризма. Због тога се туризам мора базирати на природним и културним ресурсима са којима располаже земља. Потребно је улагати у инфраструктуру поготово у путну инфраструктуру како би ти ресурси били доступнији туристима.

Кључне ријечи: Природни ресурси, културни ресурси, перформансе туризма, бруто друштвени производ, медијаторска регресијска анализа.

УВОД

Туризам има важну и позитивну улогу у друштвено-економском развоју многих земаља, чиме доприноси културној размјени и унапређивању међународних односа. Он доприноси економском расту и развоју свјетске економије (Пушка и др. 2020). Развој туризма једне земље блиско је повезан са различитим факторима, укључујући географску позицију, природна богатства, обичаје и културу, транспортну инфраструктуру (аеродроми, путеви, жељезнице), развијеност информатичких услуга (резервације, хостинг, информације). Постоје бројне дефиниције туризма, али најсвеобухватнију су понудили Хунцикер и Краф (1942) сматрајући да је туризам детерминисан узајамним односима и појавама које

* Доктор наука, ranislava.narancic@gmail.com

** Редовни професор, bulatovic.anka@gmail.com

настају из одређених путовања и боравка посјетилаца на одређеном мјесту, а да се тим боравком није довело до заснивања сталног пребивалишта, а да се уједно тим боравком није могло доћи у везу са било каквом привредном дјелатношћу. Одређена литература туризам карактерише као подручје на којем се одвија људска активност, а која се истовремено утиче на развој земље њене привреде и услова живота. Ако су на одређеном подручју на којем је заступљена туристичка активност услови живота достигли висок ниво, онда је и већа могућност да неки од потенцијалних туриста једноставније донесу одлуку о одабиру те дестинације за свој одмор. Осим тога култура и обичаји тога краја утичу на развој туризма у тој земљи.

Туризам је сада достигао висок ниво развоја као друштвена и економска појава (Ружић 2009). За носиоце процеса савремених достигнућа на туристичком тржишту означена су услужна предузећа, која одређене производе и властите услуге, нуде широм свијета гдје се одвија туристичка дјелатност и то на посебној потрошачкој основи која је само њима својствена. Масовност је та која карактерише савремени туризам. Она је довела до концентрације носиоца туристичке дјелатности, при чему се даваоци туристичке понуде морају прилагођавати новонасталим захтјевима тржишта (Борковић, Кобашић 1993). У овом смислу, прије свега се мисли на интегрисање пословних активности, а у циљу бољег позиционирања, односно заузимања бољег положаја у односу на конкуренцију у окружењу, која је такође окарактерисана као носилац туристичке дјелатности. Алфиер (2010) сматра да треба бити што разноврснија понуда која се веже за садржаје који су условљени природним окружењем и културно-историјским атракцијама. Ово доводи до повећања снаге за привлачење туриста, као и до повећања вриједности туристичке понуде одређене дестинације.

Овај рад истражује на који начин природни и културални ресурси утичу на туристичке перформансе. При томе ће се посматрати какав утицај има промјена стопе економског раста. Према томе основни циљ овога истраживања представља проучавање модела истраживања који посматра ове међусобне односи. Допринос овога истраживања јесте разумијевање односа које има природни и културални ресурси на туристичке перформансе при различитим стопама економског раста. Како би се ово истраживало користити ће се регресиона анализа са постојањем модератора. Подаци ће се прикупити кроз податке Свјетске банке те податке Свјетског економског форума. При чему ће се поставити као независна варијабла природни и културални ресурси земаља а као зависна варијабла туристичке перформансе. Медијатор у овом истраживању ће бити стопа економског раста.

Осим увода овај рад је подијељен на дијелове. Теоријска основа истраживања која ће објаснити важност природних и културалних ресурса у туризму. Методологија ће објаснити начин на које је проведено истраживање. Резултати истраживања ће представити добивене резултате код анализе утицаја природних и културалних ресурса на туристичке перформансе. Дискусија ће дати сумирање најважнијих резултата те препорука на који начин се може користити природни и културални ресурси у побољшању туристичких перформанси. Закључак ће дати најважније резултате те смјернице за будућа истраживања.

ТЕОРИЈСКА ОСНОВА ИСТРАЖИВАЊА

Туризам утиче на повећану потрошњу, од које се туристичко подручје богати, истовремено стимулишући запошљавање, развој предузетништва и инфраструктуре, а самим тиме и развој цјелокупне привреде поједине земље. Интерес који туристи показују за одређену дестинацију може подстакнути очување њезиног локалног наслеђа и културе те бити повод за заштиту природне средине истовремено осигуравајући капитал земљи (Петрић 2006).

Културни ресурси којима располаже одређена дестинација и упознавање истих нису увјек у првом плану туриста. Приликом посјете они упознају људе и обичаје на том подручју. На тај начин природни и културални ресурси су основ за развој туризма (Пушка и др. 2021). Принтис и др. (1998) сматрају да цјелокупно културно туристичко тржиште са културним садржајима није основни разлог путовања. Данашњи тренд је такав да велики број посјетилаца посјетивши одређену дестинацију жели комбиновати одмор са посјетом културним атракцијама, а да је знатно мањи број оних туриста којима би при одласку на туристичко путовање основни мотив била посјета и обилазак културних садржаја. Значајан је број дестинација које нуде садржаје за одмор, а уједно посједују и културне садржаје који су својеврсна атракција, па туристи најчешће комбинују посјете садржајима на тој дестинацији. Туристима се мора дати и активно учешће у тој посјети како би боље упознао културу и обичаје (Преволшек и др. 2020). Овој констатацији треба додати и чињеницу да је различито понашање туристе и његових активности, који је већ раније посјећивао одређену дестинацију за разлику од оног који то чини први пут.

Данас су у свијету заступљена два тренда, од којих први води у смјеру очувања историјских споменика, као и очувању природе, односно аутентичног наслеђа, док је други је усмјерен према изведеним атракцијама. Атракције таквог типа с протоком времена добијају сасвим други карактер од оног који је био у основи. Тај процес у посљедње вријеме занемарује разлику међу њима те је тешко уочити разлику природних атракција које садрже и елементе изведене атракције која се брзо интегрише у своје властито окружење (Батлер, Пирс 1995). Данас, у свијету су изграђени многи тематски и забавни паркови, настали као изведена атракција на одређеној дестинацији, да би се привукао велики број туриста, а при чему су уложена значајна како финансијска тако и материјална средства.

Туристичка понуда најчешће је састављена од дијелова од којих преовлађује културни садржај и његове атракције, тиме привлачи пажњу потенцијалних туриста, и утиче на доношење одлуке о избору дестинације на којој ће путовати. Културне дестинације су најупечатљивији сегмент промоције који је креиран на начин да ту дестинацију номинује као престижну. Тако се ствара мотив за одређено путовање односно жеља за откривањем наслеђа чије су особине аутентичног типа. Конкретне разлике које су евидентне у одређеним регијама дају важност значају туристичкој понуди чији садржај има елементе културног. Туристи су развили са широком понудом и веома различите интересе, који при томе укључују споменике

културе и историје и историју умјетности, али и оно што им омогућава забаву и нуди садржаје гдје се одржавају манифестације културног и спортског типа. Повећање укушне вриједности туристичке понуде дестинације у некој држави, са одржавањем нивоа и повећања његовог квалитета, повезан је са његовом аутентичношћу и разноврсношћу мноштва туристичких ресурса.

Сектор културе се све више окреће према тржишту, што због мањих државних буџета, тако и због промјена у културној политици које стављају нагласак на комуникацијске аспекте са корисницима. Култура за туризам постаје базичан елемент усмјерен на креирање атрактивније туристичке понуде, која ће одговорити захтјевима тражње на све конкурентнијем туристичком тржишту, а са друге стране, туризам за културу представља шансу за привлачење додатних финансијских средстава и ефикаснију промоцију програма (Домазет и др. 2018). Вуковић (2006) сматра да са доласком до сада незаступљених потрошачких трендова, политичких промјена, иновативних технолошких достигнућа, фрагментације тржишта, глобализације, вертикалне, хоризонталне и дијагоналне интеграције, забринутости због окружења, привредне интеграције и многих других важних догађања управо доприносе сложености управљачких процеса у туристичкој дјелатности.

Туристичке понуде су фокусиране дугих низ година на природне и културне садржаје и задржавање туриста. Све су заступљенији краћи и чешћи одласци на одређене дестинације, који се популарно зову „продужени викенди“ који су посљедица повећања првенствено цијена туристичке услуге. Вуковић (2006) сматра да дио одређене популације преко 50 година има потребу за потражњом нових дестинација, те поред уопштене жеље доживљаја сасвим нечег новог, истовремено се желе бавити нечим чиме се до сада нису бавили. Из разлога што се сматра да туристи средње старосне доби, посјеђују значајна искуства, али и засићење одређеним туристичким понудама, долази се у ситуацију да их није могуће „преварити“, те је потребно природне и културне садржаје који су ти исти туристи раније посјећивали, додатно обогатити садржајима које прате савремене трендове.

Да ће доћи до великог повећања туризма у неколико сљедећих деценија, ошта су предвиђања, те да ће се створити нова тржишта, а која ће бити проузрокована промјеном понашања туристичких потрошача, као и настанком нових технолошких достигнућа. Сматра се да би у том периоду, могло доћи до промјене структуре туристичке популације, те да ће се повећати партиципација нешто старијих туриста у њиховим кретањима, а да ће се уједно стављати фокус на индивидуалне годишње одморе, као и на одморе који би имали и едукативно-рекреативни карактер. Са повећањем свијести о неопходности чувања животне средине, повећаваће се и утицај на креирање политика, који се односе на планирање и туристичку потражњу, а оно што представља незамјењиви ресурс у туризму, односно природа, попримаће карактер високе осјетљивости.

На понашање корисника туристичких услуга значајно су утицали глобализациони процеси и побољшање животног стандарда. Савремени турист је добро информисан, и захтјевнији у односу на традиционалне типове туриста.

Он жели да посјети природне атракције одређеног мјеста које су познате кроз историју одређеног подручја, културне и научне институције које имају богату историју, друштвено-културне атракције, галерије, отмене и старе куће, вриједне предјеле и регије, вјерске и војне атракције, културне манифестације и догађаје и слично (Вртипрах 2006).

Природни ресурси одређеног подручја се сматрају саставним елементом одређеног простора и држава која је богата природним ресурсима може остварити конкурентску предност на туристичком тржишту. Туризам и околина су у не-престаној интеракцији, повратној спрези која је у почетку позитивна, али интензивирањем развоја туризма тај однос по стање окружења постаје све неповољнији. Туристичка индустрија често има штетан утицај на квантитет и квалитет природних и културних ресурса, а пад квалитета и квантитета тих ресурса има негативан утицај на раст и развој туризма (Биркић и др. 2018).

МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

Како би се остварио циљ истраживања у овом истраживању је кориштен модел модерације како би се анализирали ефекти природних и културалних ресурса за унапређење туризма (који представљају независну варијаблу – X) на туристичке перформансе (који представљају зависну варијаблу – Y) у различитим условима економског раста (који представљају варијаблу модератор – M). Наведени модел модерације може се представити статистички једначином која слиједи:

$$Y = a + b_1X + b_2M + b_3(X * M) + \epsilon$$

Пошто постоји неколико фактора које утичу на туристичке перформансе у овом истраживању су одређени број димензија који одражавају перформансе туризма:

- обим учешћа туризма у стварању бруто друштвеног производа,
- број долазака туриста у земљу,
- учешће примитака из туристичких долазака у земљу,
- укушне примитке из туристичких долазака у земљу.

На основу овако идентификованих варијабли формира се главна хипотеза истраживања које гласи:

- ефекат природних и културних ресурси статистички значајно утичу на туристичке перформансе при промјенама стопе економског раста.

Пошто се туристичке перформансе изражавају кроз четири димензије онда се постављају четири помоћне хипотезе истраживања и то:

1. природни и културни ресурси статистички значајно утичу на обим учешћа туризма у стварању бруто друштвеног производа при промјенама стопе економског раста,

2. природни и културни ресурси статистички значајно утичу на број долазака туриста у земљу при промјенама стопе економског раста,

3. природни и културни ресурси статистички значајно утичу на учешће примитака из туристичких долазака у земљу при промјенама стопе економског раста,

4. природни и културни ресурси статистички значајно утичу на укупне примитке из туристичких долазака у земљу при промјенама стопе економског раста.

Модератор у овом истраживачком моделу постављен је економски раст, изражен кроз раст друштвеног бруто производа по глави становника (*GDPpc*). Праћењем кретања раста друштвеног бруто производа по глави становника вршити ће се на основу података Свјетске банке у периоду од 2000. до 2016. на бази узорка од 215 земаља. Ово истраживање проучава кретање овог параметра (модератора) и како оно утиче на промјену ефеката независне на зависне варијабле. Постављени модел модерације омогућује да се утврде интервали раста друштвеног бруто производа по глави становника у којима се неутралише статистички значајан ефекат зависне на независну варијаблу, односно интервали раста друштвеног бруто производа по глави становника када долази до повећања или смањења ефекта независне на зависну варијаблу. Утврђивање ефекта модератора у појединим вриједностима друштвеног бруто производа по глави становника даје изузетну вриједност, јер нам омогућава препознавање када одређене мјере или фактори за развој туризма (које се изражавају независном варијаблом) не дају ефекте, или производе слабије или боље ефекте на перформансе туризма (које се изражавају зависном варијаблом). Такви резултати омогућавају идентификацију најбољих мјера које важе у одређеним условима економског раста.

Емпиријско истраживање базирано је на прикупљеним емпиријским подацима из релевантних статистичких база података, као и статистичких публикација, што представља основну методу прикупљања података. Као релевантне изворе из којих су прикупљени подаци са вриједностима појединих индикатора кориштене су статистичке базе Свјетског економског форума (*World Economic Forum*) и Свјетске банке (*World Bank*). Временски оквир истраживања је постављен од 2000. до 2016. године. Обухваћене су све земље у базама података из које смо преузели вриједности за поједине индикаторе. Након што смо прикупили и класификовали податке из одговарајућих статистичких база, примијенили смо статистичке методе које су нам омогућиле да тестирамо постављени модел и хипотезе. При томе смо користили статистички софтвер SPSS.

Предложени модел модерације анализира утицај треће (модератор) варијабле на посредовани однос између X и Y варијабле (Причер и др. 2007), односу у односу између независне и зависне варијабле. У процјени индиректних ефеката модератора кориштен је тзв. боотстрапинг методу која се предлаже како би се генерисали интервали поузданости (Болен, Стајн 1990; МекКинон и др. 2004; Причер, Хејс 2004; Шрут, Болгер 2002). Боотстрапинг промовисан је као врло корисна стратегија поновног узорковања (Едвардс, Ламберт 2007;

Причер и др. 2007). У ту сврху употребљено је 5000 бројева узорака за покретање система за интервале поузданости кориговане пристраности кроз анализу ефеката модератора у овом моделу.

РЕЗУЛТАТИ

Резултати истраживања ће се представити тако што ће се извршити испитивањем постављених хипотеза истраживања. Најприје ће се испитати прва помоћна хипотеза. Како би се она испитала као независна варијабла се узима природни и културални ресурси са којима располажу земље, као зависна варијабла узима се учешћа туризма у стварању бруто друштвеног производа, а као модератор се узима стопа економског раста изражена кроз брутодруштвени производ по глави становника.

Резултати испитивања прве помоћне хипотезе показују да у оквиру анализе наведеног модела добивен је резултат који гласи $F(3,115) = 0,72, p = 0,54, R^2 = 0,01$. Претходни резултат указује да модел није статистички значајан, а кроз даљу анализу је утврђено да ни једна од варијабли нема статистички значајан ефекат унутар модела. При томе резултат за варијаблу $GDPpcg$ $b = .09, t(115) = 0,88, p = 0,38$, за варијаблу Ncr смо утврдили $b = -0,26, t(115) = -1,13, p = 0,26$. Код интеракције смо утврдили резултат $b = -0,05, t(115) = -0,86, p = 0,39$.

Код анализе ефеката независне на зависну варијаблу код различитих нивоа вриједности модератора није утврђено постојање статистички значајног ефекта ни на једном од нивоа. За исподпросјечне вриједности модератора резултат је $b = -0,15, t(115) = -0,62, p = 0,54$. При просјечним вриједностима модератора вриједи резултат $b = -0,26, t(115) = -1,13, p = 0,26$. Док је при изнадпросјечним вриједностима резултат $b = -0,37, t(115) = -1,32, p = 0,19$. На основу тога се одбацује прва помоћна хипотеза, односно природни и културни ресурси статистички значајно не утичу на обим учешћа туризма у стварању бруто друштвеног производа при промјенама стопе економског раста.

Приликом друге помоћне хипотезе приликом анализе модела при $N_i = 114$ опсервација утврђено је да је модел статистички значајан. Резултат анализе гласе $F(3,110) = 8,83, p < 0,05, R^2 = 0,53$. Унутар модела смо утврдили да је варијабла Ncr статистички значајна са резултатом $b = 10115017, t(110) = 4,87, p < 0,05$. Остале варијабле нису статистички значајне, при чему за $GDPpcg$ вриједи резултат $b = -109691, t(110) = -0,19, p = 0,85$, док за интеракцију вриједи резултат $b = 606837, t(110) = 0,70, p = 0,49$. На основу наведеног, једначина модела гласи:

$$Y = \text{constant} + 10115017(Ncr).$$

Надаље је утврђено постојање статистички значајног ефекта на сва три појединачна нивоа модератора. При исподпросјечним вриједностима модератора вриједи резултат $b = 8741316, t(110) = 2,80, p < 0,05$. При просјечним вриједностима модератора резултат гласи $b = 10115017, t(110) = 4,87, p < 0,05$. При изнадпросјечним вриједностима модератора резултат је $b = 11488719, t(110) = 4,47, p < 0,05$.

Табела 1. Ефекти утицаја природних и културних ресурса на број долазака туриста при промјени стопе економског раста

<i>GDPpcg</i>	<i>Effect</i>	<i>se</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>LLCI</i>	<i>ULCI</i>
-8,807	4770318,6	8308551,8	,574	,567	-11695307	21235945
-8,110	5193366,7	7722559,5	,672	,503	-10110958	20497692
-7,413	5616414,8	7139899,0	,787	,433	-8533212	19766042
-6,716	6039462,9	6561457,9	,920	,359	-6963828	19042753
-6,019	6462511,0	5988459,1	1,079	,283	-5405228	18330250
-5,322	6885559,1	5422628,0	1,270	,207	-3860834	17631952
-4,625	7308607,2	4866465,5	1,502	,136	-2335601	16952815
-3,928	7731655,3	4323704,3	1,788	,076	-836925,6	16300236
-3,531	7972414,8	4022879,0	1,982	,050	,000	15944830
-3,230	8154703,4	3800091,0	2,146	,034	623802,92	15685604
-2,533	8577751,5	3304739,5	2,596	,011	2028522,8	15126980
-1,836	9000799,6	2852412,2	3,156	,002	3347978,9	14653620
-1,139	9423847,7	2466890,3	3,820	,000	4535042,3	14312653
-,442	9846895,8	2183845,2	4,509	,000	5519020,3	14174771
,255	10269944	2046253,1	5,019	,000	6214744,0	14325144
,952	10692992	2083138,0	5,133	,000	6564694,8	14821289
1,650	11116040	2286069,9	4,863	,000	6585578,8	15646501
2,347	11539088	2616697,9	4,410	,000	6353398,9	16724778
3,044	11962136	3033552,3	3,943	,000	5950338,0	17973935
3,741	12385184	3506010,7	3,533	,001	5437082,8	19333286
4,438	12808232	4014489,2	3,191	,002	4852444,4	20764021
5,135	13231281	4546919,3	2,910	,004	4220339,3	22242222
-8,807	4770318,6	8308551,8	,574	,567	-11695307	21235945

За резултате изнад $b = 7972415$, $t(110) = 1.98$, $p = 0,050$, постоји статистички значајан ефекат независне на зависну варијаблу. Овај резултат нам указује да при економском расту изнад -1.19%, долази до повећања позитивног ефекта независне на зависну варијаблу.

На основу ових резултата прихваћања се друга помоћна хипотеза која каже: природни и културни ресурси статистички значајно утичу на број долазака туриста у земљу при промјенама стопе економског раста.

Приликом испитивања треће помоћне хипотезе кориштено је $Nt = 104$ опсервација. Проведеном анализом је утврђено постојање статистички значајног модела са резултатом $F(3,100) = 4,21$, $p < 0,05$, $R^2 = 0,08$. Унутар модела Ncr има статистички значајан ефекат са резултатом $b = -3,01$, $t(100) = -3,12$, $p < 0,05$. Остале варијабле немају статистички значај. При томе за варијаблу $GDPpcg$ вриједи резултат $b = 0,58$, $t(100) = 1,18$, $p = 0,24$. За интеракцију вриједи резултат $b = -0,19$, $t(100) = -0,73$, $p = 0,47$. Стога једначина модела гласи:

$$Y = \text{constant} - 3.01(Ncr).$$

Статистички значајни ефекти независне на зависну варијаблу се јављају на сваком од три задата модела модератора. При исподпросјечним вриједностима резултат је $b = -2,58$, $t(100) = -2,33$, $p < 0,05$. За просјечне вриједности модератора резултат гласи $b = -3,01$, $t(100) = -3,12$, $p < 0,05$. За изнадпросјечне вриједности вриједи резултат $b = -3,44$, $t(100) = -2,98$, $p < 0,05$.

Табела 2. Ефекти утицаја природних и културних ресурса на учешће примитака из туристичких долазака у земљу при промјени стопе економског раста

GDPpcg	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
-8,833	-1,328	2,472	-,537	,592	-6,232	3,576
-8,151	-1,458	2,308	-,632	,529	-6,037	3,120
-7,468	-1,588	2,146	-,740	,461	-5,846	2,670
-6,785	-1,719	1,988	-,865	,389	-5,662	2,225
-6,103	-1,849	1,833	-1,009	,316	-5,486	1,788
-5,420	-1,979	1,683	-1,176	,242	-5,319	1,360
-4,737	-2,110	1,540	-1,370	,174	-5,165	,946
-4,054	-2,240	1,405	-1,595	,114	-5,027	,547
-3,372	-2,370	1,281	-1,851	,067	-4,911	,170
-3,046	-2,433	1,226	-1,984	,050	-4,865	,000
-2,689	-2,501	1,171	-2,136	,035	-4,824	-,178
-2,006	-2,631	1,080	-2,437	,017	-4,773	-,489
-1,324	-2,762	1,013	-2,727	,008	-4,770	-,753
-,641	-2,892	,974	-2,969	,004	-4,825	-,959
,042	-3,022	,968	-3,122	,002	-4,943	-1,102
,724	-3,153	,995	-3,170	,002	-5,126	-1,179
1,407	-3,283	1,052	-3,122	,002	-5,369	-1,197
2,090	-3,413	1,134	-3,009	,003	-5,664	-1,163
2,772	-3,544	1,238	-2,863	,005	-5,999	-1,088
3,455	-3,674	1,357	-2,707	,008	-6,366	-,982
4,138	-3,804	1,488	-2,556	,012	-6,757	-,851
4,820	-3,935	1,629	-2,415	,018	-7,166	-,703
-8,833	-1,328	2,472	-,537	,592	-6,232	3,576

За све вриједности изнад $b = -2,43$, $t(100) = -1,98$, $p = 0,05$ постоји статистички значајан ефекат независне на зависну варијаблу. У том смислу се може констатовати да се при економском расту већем од $-0,71\%$ повећава негативан ефекат независне на зависну варијаблу.

На основу добивених резултата истраживања прихвата се трећа помоћна хипотеза која гласи: природни и културни ресурси статистички значајно утичу на учешће примитака из туристичких долазака у земљу при промјенама стопе економског раста.

Приликом испитивања четврте помоћне хипотезе вршена је анализа модела на бази $N_t=108$ опсервација смо утврдили постојање статистички значајног модела, те резултат гласи $F(3,104) = 4,28, p < 0,05, R^2 = 0,39$. У оквиру модела варијабла $GDPpcg$ није статистички значајна, а резултат гласи $b = 401345828, t(104) = 0,56, p = 0,57$. Варијабла Ncr је статистички значајна са резултатом $b = 1,57E + 010, t(104) = 3,57, p < 0,05$. Као и интеракција са резултатом $b = 1,99E+009, t(104) = 1,99, p = 0,05$ базирају се на датим резултатима. Поставићемо једначину која гласи:

$$Y = \text{constant} + 1,57E + 010(Ncr) + 1,99E + 009(Ncr * GDPpcg).$$

Статистички значајан ефекат независне на зависну варијаблу постоји на сваком појединачном нивоу модератора. При исподпросјечним вриједностима модератора резултат је $b = 1,13E+010, t(104) = 2,96, p < 0,05$. При просјечним вриједностима модератора резултат је $b = 1,57E+010, t(104) = 3,57, p < 0,05$. А резултат при изнадпросјечним вриједностима износи $b = 2,02E+010, t(104) = 3,45, p < 0,05$.

Табела 3. Ефекти утицаја природних и културних ресурса на укупне примитке из туристичких долазака у земљу при промјени стопе економског раста

GDPpcg	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
-8,803	-1,8E+009	7,63E+009	-,236	,814	-1,7E+010	1,33E+010
-8,120	-4,4E+008	7,04E+009	-,063	,950	-1,4E+010	1,35E+010
-7,438	919928787	6,48E+009	,142	,887	-1,2E+010	1,38E+010
-6,755	2,28E+009	5,94E+009	,384	,702	-9,5E+009	1,41E+010
-6,072	3,64E+009	5,44E+009	,669	,505	-7,1E+009	1,44E+010
-5,390	5,00E+009	4,98E+009	1,005	,317	-4,9E+009	1,49E+010
-4,707	6,36E+009	4,57E+009	1,392	,167	-2,7E+009	1,54E+010
-4,024	7,72E+009	4,24E+009	1,823	,071	-6,8E+008	1,61E+010
-3,782	8,20E+009	4,14E+009	1,983	,050	,000	1,64E+010
-3,342	9,08E+009	3,99E+009	2,276	,025	1,17E+009	1,70E+010
-2,659	1,04E+010	3,85E+009	2,712	,008	2,81E+009	1,81E+010
-1,976	1,18E+010	3,83E+009	3,081	,003	4,21E+009	1,94E+010
-1,294	1,32E+010	3,93E+009	3,349	,001	5,37E+009	2,10E+010
-,611	1,45E+010	4,14E+009	3,507	,001	6,31E+009	2,27E+010
,072	1,59E+010	4,45E+009	3,571	,001	7,06E+009	2,47E+010
,754	1,72E+010	4,83E+009	3,569	,001	7,66E+009	2,68E+010
1,437	1,86E+010	5,28E+009	3,526	,001	8,14E+009	2,91E+010
2,120	2,00E+010	5,77E+009	3,461	,001	8,53E+009	3,14E+010
2,802	2,13E+010	6,30E+009	3,388	,001	8,84E+009	3,38E+010
3,485	2,27E+010	6,85E+009	3,312	,001	9,10E+009	3,63E+010
4,168	2,40E+010	7,43E+009	3,238	,002	9,32E+009	3,88E+010
4,851	2,54E+010	8,02E+009	3,169	,002	9,51E+009	4,13E+010
-8,803	-1,8E+009	7,63E+009	-,236	,814	-1,7E+010	1,33E+010

При вриједностима већим од $b = 8,20E + 009$, $t(104) = 1,98$, $p = 0,05$. Стога у интервалу економског раста изнад $-1,44\%$, расте позитиван ефекат независне на зависну варијаблу.

На основу добивених резултата прихваћена је четврта помоћна хипотеза овога истраживања која гласи: Природни и културни ресурси статистички значајно утичу на укупне примитке из туристичких долазака у земљу при промјенама стопе економског раста.

ДИСКУСИЈА

Туристичка активност се проводи од стране туриста због природних и културних ресурса којима располаже одређена дестинација. Туристи данас доносе одлуке о избору туристичке дестинације у зависности од тога да ли задовољава њихове потребе и пружа ли им незабораван доживљај, или очекују да ће им га пружити. Они имају жељу упознати све оно што даје неупитни квалитет одређеној дестинацији, а то је свакако култура локалног нивоа. Како би то остварили, они ступају у контакте са локалним становништвом које ће им помоћи да што боље упознају обиљежја националног карактера, локалну културу и гастрономију.

Данас се многе туристичке дестинације сусрећу се с проблемом како повећати вриједност укупне понуде у туризму. Најпожељније туристичке дестинације јесу управо оне које су омогућиле туристима бављење разноврсним активностима у складу са локалном традицијом, а туристичку понуду прилагодиле интересима и потребама туриста, њиховом понашању и мотивацији. У данашње вријеме је потребно од природних и културних ресурса створити туристичку атракцију и која ће приуштити задовољство туристима, али и минимизирати штетни утицај који је узрокован туристичким активностима на неком подручју.

Потребно је одредити баланс и да утврдимо какви ће бити ефекати природних и културних ресурса као фактора за унапређење туризма на туристичке перформансе при повећању економског раста. Ако у овом смислу се сагледа ефекат на обим учешћа туризма у стварању бруто друштвеног производа, онда треба истаћи што је доказано и емпиријским истраживањем, да економски раст неће бити значајно различит. Са истом ћемо се статистичком чињеницом сусрести ако посматрамо повећање економског раста, а при том сагледавамо ефекат на укупне трошкове за туристичка путовања у друге земље.

Резултати овог сегмента истраживања показују хетерогеност ефеката природних и културних ресурса као фактора за унапређење туризма на туристичке перформансе у односу на економски раст. Таква ситуација се може посматрати парадоксалном с обзиром да значајан обим литературе говори о позитивним ефектима природних и културних ресурса на туризам. Стога се треба сложити са ставом Алфиера (1994) да разноврснија понуда везана за природне и културне ресурсе, повећава вриједност пјелокупне туристичке понуде сваког мјеста.

У односу на првобитна два сегмента, на основу истраживања се потврђује да су ефекти природних и културних ресурса као фактора за унапређење туризма на туристичке перформансе значајно различит при повећању економског раста ако сагледавамо ефекат на број долазака туриста у земљу, учешће примитака из туристичких

долазака у земљу, ефекат на укупне примитке из туристичких долазака у земљу, ефекат на број одлазака туриста у друге земље, као и ефекат на учешће трошкова за туристичка путовања у друге земље. Може се рећи да интерес који туристи показују за одређену дестинацију може потакнути очување њезиног локалног наслеђа и културе, те бити повод за заштиту природне средине истовремено осигуравајући капитал за ново улагање (Петрић 2006).

Дакле, повећање економског раста не би био само статистички показатељ, него би се остварени приходи, односно остварена добит могла усмјеравати у развој постојећих ресурса. И друга истраживања показују да је упознавање културних ресурса најчешће секундарни мотив путовања. Укупно културно туристичко тржиште три пута је веће од тржишта које чине туристи којима је упознавање културних атракција примарни мотив путовања (Принтис и др. 1998). Данас већина туриста тражи комбинацију културног доживљаја и одмора, а само мали број туриста су они којима је култура главни мотив путовања у одређену дестинацију.

Културно наслеђе јесте оно што на најбољи могући начин приказује национални идентитет као нешто јединствено и заједничко за једну нацију, а посебно је атрактиван елемент културне и туристичке понуде једне земље. У многим земљама са завидним туристичким понудом о културном наслеђу одувјек се бринула држава, док је приход остварен од посјета туриста великим дијелом кориштен за одржавање и заштиту ових вриједности, уз допуне државних институција задужених за њихово одржавање. Потребно је да нагласимо да и непланска градња смјештајних објеката, нпр. лоше одабрана локација и неквалитетан дизајн, нарушава квалитет и аутентичност цјелокупног окружења, те је потребно да квалитетан менаџмент планским управљањем туристичком дестинацијом спречава овакву појаву.

Ако се резимира истраживање, онда може се рећи да су потврђене хипотезе које тврде да природни и културни ресурси имају велики утицај на број долазака туриста заинтересованих да упознају њепоте туристичке земље као и на укупне приходе из туристичких долазака у земљу. Савремени туристи су данас добро информисани о земљи у којој бораве, желе да погледају њепоту природе и крајолика у којем бораве, да у смјештајном објекту у којем бораве буду окружени љубазним особљем, да осјете сву погодност током провођења свог породичног одмора. И оно што им је најбитније, да се осјећају сигурно у земљи у којој бораве.

Може се додати да су данас у свијету заступљена два тренда, од којих један води ка смјеру очувања историјских споменика, као и очувању природе, односно аутентичног наслеђа, док је други је усмјерен према изведеним атракцијама. Батлер и Пирс (1995) кажу да је данас тешко разликовати „природну“ атракцију којој су додати елементи „изведене“ и „изведену“ атракцију која се брзо интегрише у своје природно окружење. Како би привукле што већи број посјетилаца, одређене дестинације улажу велика финансијска и материјална средства за изградњу надограђених атракција, попут многих тематских и забавних паркова. Туристима на тај начин се дају аутентичне и јединствене ресурсе (Мијајловић, и др. 2020). Будуће активности морају бити усмјерене на очување природних њепота, развој аутентичних туристичких производа високог квалитета, развој савременог и разноврсног туристичког смјештаја, као и улагање у саобраћајну и услужну инфраструктуру.

ЗАКЉУЧАК

Ово истраживање је имало за циљ показати да природни и културални ресурси утичу на перформансе туризма при промјенама стопе економског раста. Да би се доказао овај циљ истраживања кориштене су четири перформансе туризма и то: обим учешћа туризма у стварању бруто друштвеног производа, број долазака туриста у земљу, учешће примитака из туристичких долазака у земљу и укушне примитке из туристичких долазака у земљу. Због тога је главна хипотеза подијељена у четири помоћне хипотезе. Да би се помоћне хипотезе испитале кориштена је регресијска анализа са медијатором бруто друштвеним производом по глави становника која је одражавала економски раст земље. Доказивањем ових хипотеза је утврђено да природни и културални ресурси не утичу на обим учешћа туризма у стварању бруто друштвеног производа при промјенама стопа економског раста, чиме је одбачена прва помоћна хипотеза. Даљим анализама је доказано да су потврђене остале помоћне хипотезе овога истраживања и утврђено је да ефекти природних и културалних ресурса статистички значајно утичу на туристичке перформансе при промјенама стопе економског раста, чиме је доказана главна хипотеза овога истраживања.

У будућим истраживањима је потребно испитати који још фактори туризма утичу на перформансе туризма. На тај начин би се добиле неопходне информације шта треба побољшавати у појединим земљама како би оствариле боље перформансе у туризму. Осим тога потребно је испитати и какав је утицај природних и културалних ресурса на друге перформансе туризма. Стога је неопходно у будућим истраживањима узети и друге перформансе туризма у обзир. Потребно је у будућим истраживањима испитати посматране ефекте и без утицаја медијатора како би се установило на који начин природни и културални ресурси утичу на перформансе туризма без употребе посредника. Ово истраживање је показало да уколико земља жели да оствари боље резултате у туризму да је потребно више улагати у инфраструктуру у тој земљи како би природна и културална богатства била доступнија туристима и како би туристи више посјећивали ту земљу.

ЛИТЕРАТУРА

- Алфиер 2010: Драгутин Алфиер. Заштита природе у развијању туризма, Небо: Загреб.
- Биркић, Примужак, Варичак 2018: Драженка Биркић, Андреја Примужак, Ивана Варичак. The influence of local Government upon the sustainable tourism development of a coastal destination. In *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry* 19-34.
- Болен, Стајн 1990: Kenneth A. Bollen, Robert Stine. Direct and Indirect Effects: Classical and Bootstrap Estimates of Variability. *Sociological Methodology*, 20, 115-140.
- Борковић, Кобашић 1993: Весна Борковић, Антун Кобашић. Пословање угоститељских подuzeћа. Сплит: Свеучилиште у Сплиту,
- Batler, Pirs 1995: Richard Butler, Douglas Pearce. *Change in tourism: people, places, processes*. London: Routledge.
- Домазет, Вукановић, Јокић, Тодоровић 2018: Ивана Домазет, Маша Вукановић, Биљана Јокић, Маја Тодоровић. Музеји Србије као део културно туристичке понуде за породице са децом. Београд: Институт економских наука.
- Едвардс, Ламберт 2007: Jeffrey R Edwards, Lisa Schurer Lambert. Methods for integrating moderation and mediation: a general analytical framework using moderated path analysis. *Psychological methods*, 12(1), 1-22.

- Хунцикер, Крапф 1942: Walter Hunziker, Kurt Krapf. Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre, Zürich: Verlag.
- МекКинон, Локвуд, Вилиамс 2004: David P. MacKinnon, Chondra M. Lockwood, Jason Williams. Confidence Limits for the Indirect Effect: Distribution of the Product and Resampling Methods. *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99-128.
- Мијајловић, Пушка, Стевић, Маринковић, Дољаница, Виријевић Јовановић, Стојановић, Бешировић 2020: Miroslav Mijajlović, Adis Puška, Željko Stević, Dragan Marinković, Dragan Doljanica, Saša Virijević Jovanović, Ilija Stojanović, Jasminka Beširović. Determining the Competitiveness of Spa-Centers in Order to Achieve Sustainability Using a Fuzzy MultiCriteria Decision-Making Model. *Sustainability*, 12, 8584.
- Петрић 2006: Лидија Петрић. Основне туризма. Сплит: Економски факултет.
- Причер, Хајс 2004: Kristopher J. Preacher, Andrew F. Hayes. SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior research methods, instruments, & computers*, 36(4), 717-731.
- Причер, Ракер, Хајс 2007: Kristopher J. Preacher, Derek D. Rucker, Andrew F. Hayes. Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate behavioral research*, 42(1), 185-227.
- Принтис, Вит, Хамер 1998: Richard C. Prentice, Stephen F. Witt, Claire Hamer. Tourism as experience: The case of heritage parks. *Annals of tourism research*, 25(1), 1-24.
- Преволшек, Максимовић, Пушка, Пажек, Жиберт, Розман, 2020: Boris Prevolšek, Aleksandar Maksimović, Adis Puška, Karmen Pažek, Maja Žibert, Črtomir Rozman. Sustainable Development of Ethno-Villages in Bosnia and Herzegovina-A Multi Criteria Assessment. *Sustainability*, 12(4), 1399.
- Пушка, Памуцар, Стојановић, Каваларо, Каклаускас, Мардани 2021: Adis Puška, Dragan Pamucar, Ilija Stojanović, Fausto Cavallaro, Arturas Kaklauskas, Abbas Mardani. A Examination of the Sustainable Rural Tourism Potential of the Brčko District of Bosnia and Herzegovina Using a Fuzzy Approach Based on Group Decision Making. *Sustainability*. 13(2), 583.
- Пушка, Шадић, Масимовић, Стојановић 2020: Adis Puška, Sead Šadić, Aleksandar Maksimović, Ilija Stojanović. Decision support model in the determination of rural touristic destination attractiveness in the Brčko District of Bosnia and Herzegovina. *Tourism and Hospitality Research*, 20(4), 387-405.
- Ружић 2009: Павло Ружић. *Рурални туризам*, Пула: Институт за пољопривреду и туризам Пореч.
- Шрут, Болгер 2002: Patrick E Shrout, Niall Bolger. Mediation in experimental and nonexperimental studies: new procedures and recommendations. *Psychological methods*, 7(4), 422-445.
- Вртипрах 2006: Весна Вртипрах. Културни ресурси као чинитељ туристичке понуде у 21. столењу. *Економска мисао*, 15(2), 279-296.
- Вуковић 2006: Ivan Vuković. Modern Trends in Development of Tourism Within European Union and Their Implications Upon Croatia. *Tourism and hospitality management*, 12(1), 35-55.

Branislava P. NARANČIĆ JOVELJIĆ

Anka S. BULATOVIĆ

EXAMINING THE IMPACT OF NATURAL AND CULTURAL RESOURCES ON TOURISM PERFORMANCE

SUMMARY

Tourism is very important for the development of the country. In order to develop, every country must invest in tourism and use its resources to attract tourists. This research took into account how natural and cultural resources influence the improvement of tourism performance. On that occasion, it was observed what influence the rate of economic growth has on the relationship between

natural and cultural resources and the performance of tourism. Therefore, regression analysis was used with the mediator gross social product, which represents economic growth. The results showed that three out of four tourism performances are influenced by natural and cultural resources when changing the rate of economic growth. In this way, it has been proven that natural and cultural resources influence the performance of tourism. That is why tourism must be based on the natural and cultural resources available to the country. It is necessary to invest in infrastructure, especially in road infrastructure, in order to make these resources more accessible to tourists.

Key words: Natural resources, cultural resources, tourism performance, gross social product, mediator regression analysis.