

УПОРЕДНА АНАЛИЗА СТАВОВА РЕЗИДЕНЦИЈАЛНОГ СТАНОВНИШТВА И ТУРИСТА О СТАЊУ ПОНУДЕ И ПОТРАЖЊЕ У ТУРИЗМУ ОПШТИНЕ СРЕМСКИ КАРЛОВЦИ

COMPARATIVE ANALYSIS OF ATTITUDES RESIDENTIAL POPULATION AND TOURISTS ABOUT THE SUPPLY AND DEMAND IN TOURISM IN SREMSKI KARLOVCI

*Јован Ромелић**, *Миладин Калинић***, *Часлав Калинић***

Примљено: 26.09.2012. | Прихваћено: 29.10.2012.

Резиме: *Сремски Карловци, са околином коју чини Фрушкогорски део Подунавља, са туристичког аспекта асоцирају на потенцијалну дестинацију велике концентрације антропогених, а потом и природних вредности које карактеришу првенствено сазнајни и естетски туристички атрактивни атрибути. У раду се настојало да се заобиђе инвентарисање атрактивности, већ су стављени у центар пажње структура и карактер понуде изражене у ставовима становника Сремских Карловаца и тражње потенцијалних туриста који релативно добро познају структуру и маркетиншке основе туристичке понуде Карловаца. Будући да се заступа став да на овом простору треба да доминира културни и у оквиру њега едукациони туризам, настојало се да се у ставовима туриста препозна место, улога и карактер ових облика туризма. Истраживања оба сегмента туристичког тржишта су показала да не постоје битније разлике у њиховим ставовима, као и да ова дестинација показује слабости у материјалној основи туризма и у организационим факторима, а пре свега у квантитивно-квалитативном аспекту туристичке рецептиве, инфраструктурног, супраструктурног, организационог и маркетиншког фактора.*

* Др Јован Ромелић, редовни професор, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, 21000 Нови Сад

** Др Миладин Калинић, МСЧ Часлав Калинић

Кључне речи: културни туризам, едукациони туризам, туристичко тржиште, ставови локалног становништва, ставови туриста, Сремски Карловци

Abstract: *Sremski Karlovci with the environment consisting of Fruškogorski Danube, the tourist aspects associated with a destination high concentrations of anthropogenic and natural values, and then characterized primarily cognitive and aesthetically attractive tourist attributes. In this paper we have attempted to bypass inventarisanje attractiveness, but we put in the limelight structure and character offers residents views expressed in Sremski Karlovac and demand potential tourists who are relatively well-known structures and tourism marketing basics Karlovac. It is advocating the view that in this region should dominate the cultural and within that educational tourism, it has tried in the attitudes of tourists recognize the place, role and character of these forms of tourism. Research both tourism market segments have shown that there are significant differences in their positions, and that the destination is showing weakness in the material basis of tourism and organizational factors, especially in quantitative and qualitative aspects of receptive tourism, infrastructure, suprastrukturnog, marketing and organizational factors.*

Keywords: *cultural tourism, educational tourism, tourism market, views of local people, tourists attitudes, Sremski Karlovci*

УВОД

Општина Сремски Карловци са туристичког аспекта асоцира на потенцијалну дестинацију велике концентрације антропогених, а потом и природних вредности које карактеришу првенствено сазнајни и естетски атрактивни атрибути. Већи део научних и стручних радова из области туризма који се односе на овај простор, баве се инвентаризацијом и туристичком валоризацијом културних добара. У центру интересовања истраживача је културни туризам у ширем смислу и у оквиру њега, посебно, едукациони туризам.

Овим радом су стављени у центар пажње структура и карактер понуде изражене у ставовима становника Сремских Карловаца и тражње потенцијалних туриста код којих је на основу кратких интервјуа утврђено да информативно или релативно добро познају структуру ресурсне, материјалне и маркетиншке основе туристичке понуде Карловаца.

Будући да заступамо став да на овом простору треба да доминира културни и у оквиру њега едукациони туризам као специфични и најпотпунији вид културног туризма, настојали смо да у ставовима туриста препознамо место, улогу и карактер ових облика туризма.

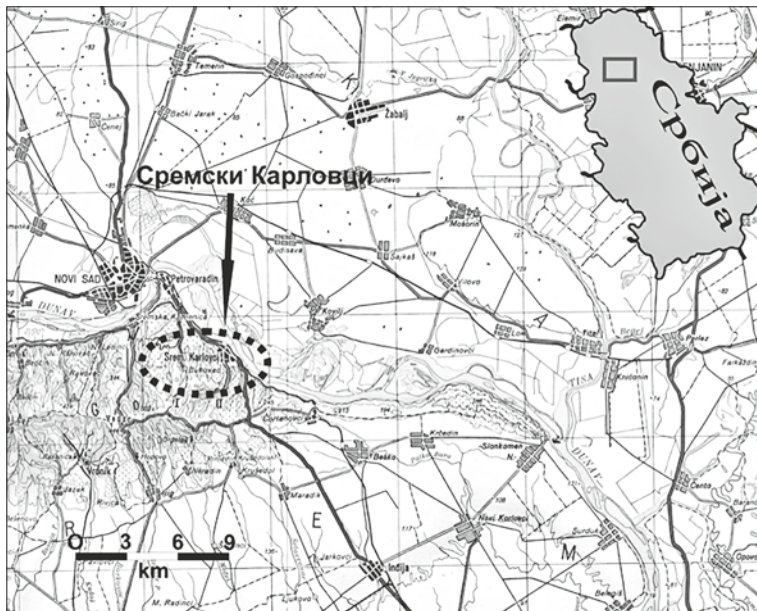
У истраживањима смо пошли од следећих претпоставки:

- Ставови становника Сремских Карловаца и туриста треба да показују да су културна добра највреднији и најтраженији део атрактиве ове туристичке дестинације.
- Ставови становника Сремских Карловаца и туриста треба да показују да је стање материјалног и организационог аспекта туризма незадовољавајуће. Обе категорије испитаника требало би да својим корективним предлозима дају изванредан допринос оптимизацији праваца развоја туризма.

ПРОБЛЕМ, ПРЕДМЕТ, ЦИЉ И ЗАДАЦИ ИСТРАЖИВАЊА

У досадашњој пракси већина посета усмерених према том простору биле су излетничког типа или су имале транзитно-екскурзиони карактер. Таква врста боравака, с обзиром на културно-историјски значај простора, поседује једноставни информативни карактер и не пружа могућност за реализацију потпунијих аспеката упознавања релевантних атрактивности. С друге стране, овај простор карактерише таква разноврсност објеката, појава и процеса, која омогућава едукациони боравак (наставне и ваннаставне активности) који може да има стационарни карактер. При томе улогу боравишно-наставног центра имали би Сремски Карловци, са локалитетима Стражилово и Дворска башта. Природни и друштвени објекти у ближој и даљој околини били би комплементарно укључени у наставне и ваннаставне активности (Ромелић, Томић, 2004; Ромелић, Калинић, 2008).

Сремски Карловци, као потенцијални центар културног туризма, представљају место у коме се овај облик туризма налази у зачетку. На овакав статус места битно утиче улога Сремских Карловаца и околине у културној историји Србије, културна и историјска вредност старог градског језгра и позиција у ужем делу гравитационе сфере Новог Сада као примарног центра културног туризма. Сви ови елементи своју атрактивност испољавају и у виду богате историјско-наративне и документационе подлоге, која чини добру основу за развој едукационог туризма, или како Борислав Михајловић Михиз (2003) примећује: „Његова јавна здања, типична за равничарске градове (...) рећи ће вам нешто тек ако им знате на-



Карта 1. Положај Сремских Карловаца у фрушкогорском Подунављу

Map 1. Position Sremskih Karlovci Fruška Gora Danube

Извор: Геодетски завод Србије, Београд

мену и прошлост“. Овај аспект његовог постојања посредно утиче на развој културног туризма.

Захваљујући свом географском положају и сплету историјских догађаја, у Сремским Карловцима су се прожимале две доминантне европске културе, западна и источна. Сремски Карловци су сведок српске прошлости, културе и духовности, део европске баштине на листи европских градова који имају уочливо историјско значење и због тога од 18. века носе назив “Српски Сион” (Димић, 2007).

Градско језгро Сремских Карловаца, формирано око Трга Бранка Радичевића са околним улицама, представља просторну културно-историјску целину од изузетног значаја, која је настала као резултат развоја града током 18, 19. и почетком 20. века. Најстарији сачувани објекти из градског језгра изграђени су на прелазу из 17. у 18. век, а урбана матрица се спонтано формирала у 18. веку, када су Сремски Карловци били највећа српска варошица у Подунављу. Градитељска активност је постала нарочито динамична од 1713. године, када је седиште митрополије премештено у Сремске Карловце (Калинић, 2007).

Циљ истраживања. – У овом раду пошло се од чињенице да је за туристичку дестинацију Сремске Карловце карактеристична концентрација тражње у краћим временским периодима и да један део туриста има за мотив боравка на овој дестинацији исказано интересовање за упознавање културних вредности и едукацију о њиховом значају уз спознају целокупног доживљаја дестинације. Стога смо истраживали и ставове и мишљења грађана Сремских Карловаца (1) и туриста (2). Узимајући у обзир туристе, настојали смо да истражимо њихове ставове, најпре оног сегмента који долази у континуитету и припада различитим демографским категоријама.

За планирање развоја туристичке дестинације и дефиниције туристичког производа у културном туризму, врло битно је туристички валоризовати како културне тако и природне ресурсе, уз поштовање принципа одрживог развоја. Стога смо при креирању елемената анкете обавили разговоре са представницима свих субјеката на територији Сремских Карловаца и ширег простора означеног као фрушкогорски део Подунавља, а који на директан или на посредан начин учествују у организацији туризма.

Задаци истраживања. – Да би употпунили оцену о атрактивности Сремских Карловаца као туристичке дестинације, предмет истраживања били су ставови и мишљења како грађана (резидената), тако и потенцијалних туриста. Поменути циљ је реализован кроз одређене задатке. Наиме, потребно је било установити:

1. Која врста туристичких атрактивности има према ставовима резиденцијалног становништва и туриста највећи значај у туризму Сремских Карловаца и непосредне околине (фрушкогорски део Подунавља)?
2. Да ли квантитативни и квалитетивни аспект хотелијско-ресторатерских капацитета одговара нивоу атрактивности овог простора и потребама савремене туристичке дестинације?
3. Каква је процена улоге ТО Сремских Карловаца у маркетиншким и организационим аспектима туризма?

4. Колико туризам и пратеће услуге могу да покрену привредни развој Сремских Карловаца у будућности?
5. Шта је потребно предузети за бржи развој туризма у Сремски Карловцима и околини?

ХИПОТЕЗЕ ИСТРАЖИВАЊА

Полазећи од поменутих задатака, дужих контаката са испитаницима, посматрања њиховог понашања, процене вредности атрактивне, материјалне компоненте туризма и њихове развојно-подстицајне улоге у туризму и комплементарним делатностима, поставили смо хипотезе истраживања:

1. Домицилно становништво и туристи процењују да културно-историјска добра чине најатрактивни део у туризму овог простора.
2. Квантитативни и квалитативни аспект хотелијско-ресторатерских капацитета не задовољава потребе ове туристичке дестинације.
3. Туристичка организација има пресудну улогу у маркетиншким и организационим аспектима туризма.
4. Према мишљењу испитаника туризам и комплементарне делатности имају велики значај у привредном развоју Сремских Карловаца.

МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

Истраживање је спроведено по принципу случајног **узорка** (120 анкетираних грађана и 100 посетилаца) од стране аутора рада и уз помоћ матураната Карловачке гимназије. Анкетирања је извршено током јесени 2011. године.

Од укупног броја **грађана** 104 (86,7%) је из Сремских Карловаца и 16 (13,3%) из ближе околине. Мушкарци су били нешто заступљенији са 43,3% у односу на женска лица (56,7%). Испод 15 година било је 3,3%, 16-25 год. – 50%, 26-40 год. – 13,3%, 41-60 год. – 30% и 61-75 год. – 3,3%. Степен образовања испитаника имао је следећу структуру: основно – 13,3%, средње – 46,7%, више и високо – 40,0%.

Међу анкетираним **туристима** било је 44 или 44% мушкараца и 56 или 56% жена. Према старости, испод 15 година – било је 1%, 16-25 год. – 36%, 26-40 год. – 25%, 41-60 год. – 30% и 61-75 год. – 8%. Према образовању свега 2% је имало основну школу, 33% средњу, а 65% више и високо образовање.

На истраживачка питања о вредновању појединих аспеката туризма одговоре смо тражили од анкетираних који су на разне начине били укључени у овај процес. Дакле, овде је реч о *ex post facto* нацрту – у којем се испитују ефекти неког третмана који је већ природно наступио, а није био произведен или изазван од стране истраживача (Ristić, 1983).

У истраживањима ће се користити од *описнонаучних* метода – статистичка метода, метода моделовања или аксионатска метода. Од основних *исходних* метода биће коришћене: индукција – дедукција, анализа – синтеза, конкретизаци-

Табела 1. Пребивалиште испитиваних туриста

Table 1. Residence investigated tourists

Место	Процентуални удео	Место	Процентуални удео
Београд	16,0	Рума	1,0
Ужице	13,0	Лебане	1,0
Нови Сад	10,0	Ветерник	1,0
Ваљево	6,0	Стара Пазова	1,0
Бечеј	1,0	Бачка Топола	3,0
Краљево	5,0	Ср. Каменица	2,0
Суботица	4,0	Белгија	2,0
Зрењанин	4,0	Немачка	3,0
Крагујевац	4,0	Румунија	2,0
Ниш	3,0	Аустрија	2,0
Кикинда	2,0	Македонија	2,0
Бачка Паланка	8,0	Холандија	2,0
Пожаревац	2,0	Ук. проценат	100,0

ја – генерализација. Избор неке од ових метода у одређеној ситуацији зависи од изабране општенаучне методе. Тако ће, на пример аксионатска метода тражити примену дедукције као посебног методског поступка. Разумљиво је да ће током истраживања бити примењен низ метода које су карактеристичне за географска и туризмолошка истраживања – теренска истраживања, метода интеракције појава и процеса, итд.

У оперативно-техничком смислу, начин истраживања ће се посебно формирати, зависно од тога да ли се реализује: поступак прикупљања података, поступак обраде података или начин извештавања о резултатима истраживања. Када се ради о поступку прикупљања података, основни извори ће бити: људи и њихово понашање, службени и неслужбени документи, средства масовног комуницирања, литературни извори и сл. У поступку обраде података, биће примењени: логичка и техничка контрола података, њихово сређивање, пребројавање, анализа, табелирање и укрштање, као и закључивање о подацима.

У истраживањима је примењено **анкетирање**, односно техника прикупљања података о проучаваној појави путем писменог одговарања испитаника на питања дата у писменом облику. Инструмент помоћу којег је обављано анкетирање је упитник са питањима затвореног (алтернативног и вишеструког избора) и комбинованог типа. Прва четири питања су општег карактера и односила су се на: пол, године стажа, стручну спрему и место одакле долази туриста. Остала питања односила су се на ставове и мишљења учесника у туризму. Анонимношћу је повећана вероватност да ће испитаници на питања одговарати искрено, али тиме се ризик неискреног одговарања не може сасвим отклонити. Претпостављамо да је неискреност, која је уочљива код појединих питања, не толико последица страха да при анализи упитника неадекватност одговора може имати лоше последице по

испитанике, већ жеље да се одговори на начин како је претпостављено да ће се од анкетираних очекивати, или је неискреност последица одбојног става према осетљивом и сложеном проблему функционисања туризма, а тиме и настојање да се дисквалификују неке институције функционисања туризма.

Обрада података је обухватила креирање категорија одговора на основу прикупљених података, сврставање појединачних одговора у издвојене категорије и пребројавање и рачунање постотака одговора у свакој од категорија. Категорије су постављене као међусобно искључиве – један одговор је могао да буде сврстан само у једну категорију. С друге стране, један испитаник је могао да има више од једног категорисаног одговора. Другим речима, одговор мештанина, односно посетиоца је могао да буде подељен у два и више одговора који су сврстани у две и више категорија.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА И ДИСКУСИЈА

Да би задовољили горе наведене принципе и употпунили оцену о атрактивности Сремских Карловаца као туристичке дестинације, предмет истраживања били су ставови и мишљења како грађана (резидената), тако и потенцијалних туриста.

Ставови и мишљења резиденцијалног становништва

На основу датих одговора у спроведеној анкети, можемо закључити да грађани Сремских Карловаца сматрају да су **најпривлачнији за туристе** у Сремским Карловцима културно-историјски споменици (52%) и верски објекти и верски празници (48%). На питање који од споменика су најатрактивнији, одговори су били: Гимназија, Чесма четири лава, Саборна црква, Богословија и Капела мира. Чак 50% Карловчана сматра да су то Стражилово и Бранков гроб, а 25% мисли да су то могућности дегустације вина и Карловачка берба грожђа.

Будући да су туристичке манифестације на овом простору врло бројне и различитог квалитета, грађанима смо поставили питање како вреднују манифестације уопште и како их квалитативно рангирају појединачно. Свега 23% испитаника је задовољно културно-туристичким манифестацијама, а чак 58% делимично задовољно. Ово указује на чињеницу да грађани мисле да, с обзиром на бројност и снагу атрактивних покретача, квалитет манифестација није на нивоу који задовољава њихов укус и високе потребе једне дестинације од које се очекује да треба да буде симбол културног туризма.

Такође, 58% грађана сматра да Карловци немају довољно хотелијерских капацитета, а само 17% сматра да су капацитети Хотела „Дунав“ и Хотела „Боем“, које су и поменули у одговорима, довољни за смештај туриста.

Део питања се односио на квалитет ресторатерског сектора и његову уклопљеност у специфичност дестинације. Око 35% грађана сматра да ови објекти представљају оргинални дух Карловаца и то су набројани ресторани Хотела „Дунав“ (посебно истичу пространост објекта), „Боем“, „Бранков чардак“ и „Четири лава“.

Интересантно је истаћи да су набројани и многи кафићи, а пре свега „Вилењак“, што оправдава чињеница да је преко 50% испитаника млађе од 26 година и да су њихова интересовања и провод више окренути према кафићима. Значајан проценат грађана (38%) сматра да нема ресторана који одражавају (представљају) дух Сремских Карловаца, а чак 33% испитаника је дало одговор да не знају. Према томе, наведени одговори грађана указују на још једну чињеницу, а то је да оригинални, аутентични и препознатљиви ресторани недостају у туристичкој понуди Сремских Карловаца.

Поступком довођења туриста, по мишљењу Карловчана, треба да се баве: Туристичка организација (58%), општина (52%), хотели и ресторани (20%). У пракси је евидентно да за сада Туристичка организација доводи највећи број ђачких екскурзија у град, а напоре чине и хотели („Дунав“ и „Боем“). За сада, Туристичка организација нема такав карактер и снагу да у континуитету доводи туристе, а асоцијације (туристички друштвени организми) у оквиру локалне заједнице то не чине.

Врло је упечатљиво, са аспекта перспективе развоја туризма, да већина грађана (80%) сматра да туризам и пратеће услуге могу да покрену привредни развој Сремских Карловаца, а највећи број њих сматра да то може да се оствари у наредних 20 година. Ако приметимо да је више од 50% испитаника млађе од 26 година старости, то наводи на закључак да би управо они у наредних 20 година, могли бити тај носећи фактор развоја. Са друге стране, на директно питање, да ли планирају да започну неку активност из области туризма, свега 20% грађана је позитивно одговорило, конкретизујући своју намеру, евентуалним уређивањем и отварањем винског подрума, улагањем у изградњу смештаја или издавањем соба, продајом вина и грожђа и изградом сувенира.

На питања која су се односила на предлог конкретних мера које би подстакле развој туризма, највећи број анкетираних (58%) мисли да је потребна боља пропаганда културно-историјских вредности града, затим квалитетнији и опремљенији објекти за смештај и исхрану (45%), већа и сврсисходнија финансијска улагања (45%). У другу групу одговора спадају ставови грађана да треба боље уредити Стражилово и обалу Дунава (пристаниште и марину), старо језгро града, изградити видиковац и пешачке стазе, спортске терене и базене, боље регулисати саобраћај и уредити путеве. Трећу групу одговора чине мишљење да је за већи развој туризма потребно организовати бројније и атрактивније културно-туристичке манифестације и квалитетније их промовисати. На крају, 27% грађана сматра да лична иницијатива грађана може да допринесе развоју туризма.

Резултати анкете указују на следеће:

- резиденцијално становништво верује у развој туризма, али у дужем временском периоду,
- грађани мисле да су мотив туриста за долазак, пре свега културно-историјски споменици, а потом локалитет Стражилово и туристичке манифестације,
- грађани сматрају да је за бржи развој туризма неопходно: већа пропаганда, већи број и квалитет смештајних објеката, односно већа финансијска улагања и више разноврсних манифестација.

Ставови и мишљења потенцијалних туриста

У сложеном процесу туристичке валоризације, а потом и дефинисања туристичког производа, вредновање степена атрактивности дестинације од стране тражње, односно потенцијалних туриста је изузетно важно.

У анкети су утврђени елементи вредновања за које је посебно значајна оцена туриста. То је, пре свега, мотив доласка туристе у Сремске Карловце, затим која су била његова очекивања могућег доживљаја у њима и, на крају, у којој мери су она испуњена током боравка у Сремским Карловцима.

Прва два питања односила су се **уопште на мотив и жељу** да се посети туристичка дестинација одређене туристичке функционалне усмерености. Из тих општих питања закључујемо да је највећи мотив за предузимање путовања одлазак на годишњи одмор ради разоноде и одмора (52%), затим обилазак природних лепота и излети (37%), као и обилазак културно-историјских споменика (32%), а остали мотиви и разлози су занемарљиви.

Учесници анкете су као предмет својих жеља везаних за **туристичка путовања уопште**, пре свега су истакли чисту и очувану природу (65%), потом следе културно-историјски споменици (37%), плаже и базени (26%), обилазак верских објеката (22%). Овакви одговори указују да су мотив и жеља анкетираних туриста усмерени на природне атрактивности и то првенствено у функцији одмора и разоноде и посете културно-историјским споменицима, односно градовима где су они и највише сконцентрисани и где туриста може стећи сазнања о њима. Према томе, предмет њихове посете припада домену клишеа карактеристичног за масовне видове туризма. Сматрамо да је он код нас резултат недовољно развијених туристичких навика.

У другом делу анкете туриста желели смо да испитамо које конкретне **асоцијације** код њих побуђују Сремски Карловци и како их они рангирају према важности. При томе смо асоцијацију схватили као процес стварања менталних веза између дражи, осећаја, идеје или сећања у смислу сличности, супротности и блискости (Видановић, 2006).

Прва асоцијација на Сремске Карловце код анкетираних односило се на Карловачку гимназију (46%), Бранка Радичевића (25%) и Стражилово (22%), затим на Патријаршију (22%), Богословију (17%) и Карловачку бербу грожђа (22%).

Од укупног броја анкетираних, 76% је већ посетило (без ноћења) Сремске Карловце, а свега 14% њих је боравило у њима. Ови подаци потврђују чињеницу да је мали број туриста који одседају у Сремским Карловцима, пре свега последица недостатака и једноличности хотелијерских капацитета.

Као мотив посете Сремских Карловаца, анкетирани наводе пре свега обилазак културно-историјских споменика и верских објеката (53%), Стражилова (22%), али и посете манифестацијама (22%). За туристе који су посетили Сремске Карловце, од културно-историјских споменика најупечатљивије су образовне институције (Карловачка гимназија и Богословија – 46%) и верски објекти (Патријаршија и Саборна црква – 46%).

Од природних вредности, туристи издвајају Стражилово као излетиште (63%), Дунав (27%) и винограде (22%).

У Сремским Карловцима се организује више манифестација националног и међународног карактера. Највећи број анкетираних (66%) чуло је за Карловачку бербу грожђа. За песничку манифестацију Бранково коло зна 30% анкетираних, летње школе 12% и ликовне колоније 8% анкетираних.

Очекивања туриста од посете Сремским Карловцима, највише су се односила на обилазак културно-историјских споменика (38%), затим уживање у природним вредностима (22%), а на питање „нешто друго“, наведене су посете манифестацијама, летњим школама, верским објектима, образовним институцијама. Из наредних одговора уочава се велики распон очекивања туриста, приликом посете Сремским Карловцима. На питање у којој мери су се испунила њихова очекивања, 52% туриста је одговорило да су се у потпуности испунила, а 28% само делимично, док њих 20% није било задовољно.

Ставови и мишљења потенцијалних туриста, који би посетили Сремске Карловце, и самих грађана Карловаца о томе шта је потребно учинити да би туристи долазили, делом се подударају и углавном се односе на боље организовање довођења туриста, бољу пропаганду и промоцију туристичких производа¹, као и бројније и квалитетније смештајне капацитете.

Поред осталих предлога туриста, треба нагласити висок проценат (23%) оних који предлажу да се организују летње школе и кампови, што је свакако један од потенцијала туристичког производа Сремских Карловаца.

Резултати анкете туриста указују на следеће:

- највећи мотив туриста за долазак у Карловце је упознавање културно-историјског наслеђа, обилазак Стражилова и посета манифестацијама,
- највећа очекивања туриста су доживљај упознавања културно-историјске баштине, посета Стражилову и Бранковом споменику и манифестацијама,
- туристи мисле да је за држи развој потребна већа пропаганда, квалитетнији и бројнији смештајни објекти, боља уређеност Стражилова и обале Дунава, више летњих школа, кампова и разноврснијих манифестација.

Претходно изложена истраживања, иако по обиму скромна, могу бити показатељ у ком правцу и на који начин приступити дефинисању туристичког производа, али и подстицај свим субјектима који учествују у туризму Сремских Карловаца, да уоче у ком правцу треба развијати туризам.

ЗАКЉУЧАК

Упоредна анализа ставова резиденцијалног становништва и туриста о стању понуде и потражње у туризму Сремских Карловаца показала је да се садржина

¹ Симптоматично је да су туристи највише афинитете показали за посећивањем оних културних добара који су најчешћи предмет туристичке промоције, односно оних о којима се највише пише у стручној, популарној периодици и штампи. Дакле све је то постало нека врста стереотипа када се помену Сремски Карловци, односно то су уједно и симболи овог простора.

ставова уклапа у туристички имиџ Сремских Карловаца, али и у стање материјално-организационе основе туризма Србије уопште.

Овим радом је стављена у центар пажње структура и карактер понуде изражене у ставовима становника Сремских Карловаца и тражње потенцијалних туриста код којих је на основу кратких интервјуа утврђено да информативно или релативно добро познају структуру ресурсне, материјалне и маркетиншке основе туристичке понуде Карловаца.

Сремски Карловци са околином су карактеристични по доминацији културног туризма и у оквиру њега едукационог туризма као специфичног и најпотпунијег вида културног туризма. Анкетом смо желели да у крајњој линији у ставовима резиденцијалног становништва и туриста препознамо место, улогу и карактер ових облика туризма.

Истраживања су показала да преовлађују ставови да су културна добра највреднији и најтраженији део атрактиве ове туристичке дестинације. Такође, ставови становника Сремских Карловаца и туриста показују да је стање материјалног и организационог аспекта туризма незадовољавајуће. Обе категорије испитаника су својим корективним предлозима дали извештај допринос оптимизацији праваца развоја туризма, али не довољно прецизно и сврсисходно. Наша је претпоставка да је то последица извесног песимистичког става већине испитаника о скоријој реализацији позитивних и конструктивних подухвата у туризму овог простора.

ЛИТЕРАТУРА

- Видановић, И. (2006): *Речник социјалној рада*. Ауторско издање, Београд.
- Димић, Љ. (2007): *Срби и Југославија*. Стубови културе, Београд.
- Јовић, Ж. (1998): *Туристичка географија*. Научна књига, Београд.
- Калинић, М. (2007): *Упоредна анализа искоришћености услова и фактора развоја културног туризма Сремских Карловаца и Сениј Андреје*. Магистарски рад, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
- Михајловић Михиз, Б. (2003): *Аудиографија – о друштвама*. Књига друга, Соларис, Нови Сад.
- Ristić, Ž. (1983): *Logičke osnove nacрта istraživanja i statističkog proveravanja hipoteza u psihologiji i pedagogiji*. Institut za pedagoška istraživanja i Prosveta, Beograd.
- Romelić, J., Kalinić, M. (2007): *Uloga manifestacija u turističkoj ponudi Sremskih Karlovaca*. *Turizam, naučno-stručni časopis*, br. 11, str. 112-114.
- Ромелић, Ј. (2007): *Интересно повезивање у функцији стварања интегралне туристичке понуде Сремских Карловаца*. *Зборник радова Деларманана за географију, туризам и хотелијерство*, бр. 37, стр. 63-75.
- Ромелић, Ј., Томић, П. (2003/2004): *Сремски Карловци као потенцијални туристичко-едукациони центар*. *Зборник радова Деларманана за географију, туризам и хотелијерство*, бр. 33/34, стр. 161-172.
- Хаџић, О. и други (2004): *Културни туризам*. Департман за географију, туризам и хотелијерство, ПМФ, Нови Сад.