

Original scientific paper

UDC [338.48-53:7/8]:911.375.631(497.11)

<https://doi.org/10.2298/GSGD1802147M>

Received: March 30, 2018.

Corrected: July 22, 2018.

Accepted: October 27, 2018.

**Jelena Milenković<sup>1</sup>\***

*<sup>1</sup> PhD student, University of Belgrade, Faculty of Geography, Serbia*

## **VALORIZATION OF CULTURAL TOURIST VALUES OF THE CITY CORE OF NIŠ ACCORDING TO THE HILARY DU CROS MODEL**

**Abstract:** Cultural tourism integrates the culture and tourism sector, whereby mutual benefits can be achieved. In order to reflect favorable conditions in both sectors, it is necessary to approach the planning and transformation of cultural and historical heritage into a cultural-tourist product. The initial phase in planning is the valorization of cultural tourist values. Hilary Du Cros Model was created especially for the valorization of cultural tourist values. The model is complex because it evaluates the cultural-tourist sub-indicators and the degree of their gradation, separately for the tourism sector and the sector of heritage asset management. The aim of the paper is to evaluate the tourism sector and the sector of the management of representative cultural assets of the city core of Niš according to the Model Hilary Du Cros. After the analysis of sub-indicators, the city core of Niš was awarded a cell M (2,3), which points to favorable conditions for the development of cultural tourism, but it is necessary to approach more responsible planning of cultural tourist values.

**Key words:** Niš, city core, Hilary Du Cros Model, tourism sector, cultural assets management sector

---

<sup>1</sup> [jelenamilenkovic311@gmail.com](mailto:jelenamilenkovic311@gmail.com) (corresponding author)

## **Introduction**

Cultural tourism has intensively developed, but in scientific literature there are still disagreements in a relationship with the acceptance of the comprehensive definition of cultural tourism. Many authors (Hughes, 1996; Richards, 1996; Pančić-Kombol, 2006; Bourkas, 2008; Станковић, 2008; Јовичић, 2009), as well as the World Tourism Organization (WTO, 1995), emphasize that in the basics of cultural tourism there is motivation of tourists and anthropogenic tourist value.

The orientation of the cultural offer to tourists has encouraged the mutual cooperation between the two sectors, culture and tourism, whereby mutual benefits are created (Jelinčić, 2009). From tourism, culture gets an additional source of income, a new segment of tourists is created, encourage professional management of cultural assets and their marketing, establish better control over the use of cultural potentials, and among the local population a better perception of culture is created and their motivation in management of cultural and historical heritage increases. On the other hand, by appropriately designing a cultural and tourist product, the image of the destination is enriched, increasing consumption, the length of stay and the satisfaction of tourists (Demonja, 2011).

Bearing in mind the above, that the cultural tourism of the city core of Niš should be adequately developed and in order to achieve the common benefits of the two sectors, it is necessary to plan cultural and historical heritage, which is directly related to the management of cultural assets. Hilary du Cros (2001) points out that cultural heritage planning must be based on the analysis of cultural integrity (physical remains and degree of conservation) and the analysis of commercial factors that affect the transformation of cultural and historical heritage into a cultural tourist attraction. In the management of cultural heritage, it is important to harmonize the volume of demand with marketing of a tourist product, apropos, the number of visitors and the duration of their stay in relation to the durability of resources (Pančić-Kombol, 2006).

In every planning of the sustainable development of cultural tourism in a particular destination, the tourist valorization of cultural assets is of particular importance (Du Cros, 2001), which is one of the most important and complex issues of theory and practice of tourism (Јовичић, 2008). Tourist valorization should objectively assess the qualitative and quantitative value of touristic motives of importance for the development of tourism (Станковић, 2008). If positive evaluations are obtained in tourist valorization, the possibilities for the destination to become more recognizable and more frequent in the tourist market increase (Хаџић, 2005). Therefore, the aim of the paper is to evaluate the tourism sector and the sector of the management of representative cultural assets of the city core of Niš by the Hilary du Cros model in order to understand the current situation and the potential for more adequate development of cultural tourism.

## **Research methodology**

The most important contribution to the valorization of cultural tourist values was given by Hilary Du Cros. The model is rather complex because it evaluates not only tourism, but also the sector of heritage asset management (Stamenković & Jakšić, 2013).

In order to achieve the highest degree of objectivity in evaluation, a questionnaire was formulated in which prominent indicators and representative cultural tourism values were evaluated. The survey was conducted in the first half of 2018. The questionnaire was filled in by 10 respondents whose domain of work is related to tourism (3 tourismologists, 2 archaeologists, 2 historians, 3 tourist guides) and 5 students of tourism. Taking into account the fact that evaluation (assessment and ranking) for a tourist is subjective and emotional, and for the researcher, it must be objective and rational, the opinion of tourists is taken, who on the realized experience created the perception of the destination and its values. In order to make the results as credible as possible, the survey questionnaire was filled in by 15 tourists who stayed in Niš in July 2018. Based on the responses of all respondents, average ratings for all sub-indicators of cultural tourist values of the city core Niš were presented, which are presented in the chapter "Results and discussion".

Beside the survey questionnaire, secondary data sources, such as available literature, strategic documents, and data from the Statistical Office of the Republic of Serbia, Tourist Organization of Niš and relevant websites were used. On the basis of the answers, the average values for all indicators are calculated. Since some respondents (mostly tourists) did not know how to assess certain indicators, especially for the sector of heritage asset management, secondary data sources were analyzed in more detail. The results of the valorization of cultural values of the city core of Niš can be of particular importance for planning and organizing cultural tourism.

### ***A model of tourist valorization by Hilary Du Cros***

The Hilary Du Cros model is one of the scientifically recognized and complete models of tourist valorization of cultural goods. The main purpose of this model is to look at the possibility of including cultural objects in the sustainable development of tourism (Lakićević & Srđević, 2011).

The model consists of the tourism sector and the sector of heritage asset management. The tourism sector includes two sub-indicators: market appeal of heritage assets and factors relevant to the design of the tourism product. Sub-indicators are valued from 0 to 5, and some sub-indicators may have smaller range of points. The exact ranges of points for all sub-indicators are presented in the "Results and Discussion" section. By collecting the estimates of all sub-indicators from both groups, the overall rating of the tourism sector is obtained. The rating thus obtained is interpreted on the following scale: 0-20 (low market appeal), 21-40 (moderate market appeal) and 41-60 (high market appeal). The sector of heritage asset management includes two sub-indicators: cultural significance and robusticity. By their collection, the overall assessment of the sector of the management of the cultural goods is obtained. The obtained score is interpreted on the following scale: 0-20 (high sensitivity/small cultural value), 21-40 (medium sensitivity and cultural value) and 41-60 (low sensitivity/high cultural value) (Станојловић, Ђурчић & Павловић, 2010; Марковић & Петровић, 2012).

Based on the analysis, "the matrix of market appeal/robusticity" with 9 cells, marked by  $M(i,j)$  ( $i,j = 1,2,3$ ) is constructed which is presented in the following table (Du Cros, 2000). Cells are defined as follows:

- M (1,1) – high cultural significance/robusticity and low market appeal;
- M (1,2) – high cultural significance/robusticity and moderate market appeal;
- M (1,3) – high cultural significance/robusticity and high market appeal;
- M (2,1) – moderate cultural significance/robusticity and low market appeal;
- M (2,2) – moderate cultural significance/robusticity and moderate market appeal;
- M (2,3) – moderate cultural significance/robusticity and high market appeal;
- M (3,1) – low cultural significance/robusticity and low market appeal;
- M (3,2) – low cultural significance/robusticity and moderate market appeal;
- M (3,3) – low cultural significance/robusticity and high market appeal.

Tab 1. The matrix of market appeal/robusticity

Indicator	Market appeal			
Robusticity	Overall score	0–20	21–40	41–60
	0–20	M (3,1)	M (3,2)	M (3,3)
	21–40	M (2,1)	M (2,2)	M (2,3)
	41–60	M (1,1)	M (1,2)	M (1,3)

Source: Hilary Du Cros, 2000

When creating a tourism product in cultural tourism, cultural assets which have the most potential after carrying out the tourist valorization, are classified into cells M (2,3) and M (1,3). Cultural assets with moderate and high market appeal, but low cultural significance/robusticity can be used for tourism purposes, but only when conditions are provided that will prevent its damage during tourist visits. Cultural assets that feature low market appeal M (3,1) cannot be viewed as a destination that will attract a large number of tourists. Cultural assets with high or moderate cultural significance/robusticity and moderate market appeal must be adequately promoted, but also protected in terms of determining the optimal number of visitors in order to establish a sustainable development of cultural tourism (Stamenković, 2005; Марковић & Петровић, 2012).

### **Cultural tourist values of the city core of Niš**

There are many cultural tourist values in the city core of Niš, which testify about various stages of history through which the city on the coast of Nišava passed. Not all cultural goods have the same significance, nor are they equally interesting to tourists. For the implementation of the Hilary Du Cros Model, more representative cultural values which attract the attention of tourists and which are famous on the national tourist market have been selected. In the following table (Tab. 1), the anthropogenic values of the city core of Niš were presented in shorter lines, and they were taken into account during the valorization.

Tab 2. Cultural tourist values of the city core of Niš

<b>Niš Fortress</b>	Niš Fortress is one of the most beautiful and well-preserved buildings of Turkish military architecture in the Middle Balkans. In the fort there are numerous monuments and buildings from different periods: <i>The Historical Archives building; Lapidarium with tombstones; Memorial ossuary; Turkish bath (Hamam); Stambol Gate; Arsenal of weapons and ammunition; Bali-Bey Mosque; Art Gallery "Salon 77"; Monument to the Prince Milan Obrenovic and the liberators of Niš; Pasha's mansion</i> . Today it is the favorite promenade of residents of Niš and their guests, a space suitable for sport activities and cultural events. The fortress was declared as a cultural asset of great importance.
---------------------	---

<b>Mediana</b>	It is an archaeological site built by Emperor Constantine the Great at the beginning of the 4th century, as a residence for Roman emperors during their visit to the ancient city of Niš. During the research, the remains of villas, baptisteries, granaries, parts of mosaics, Roman baths, pagan temple, sewage, fragments of frescoes, marble and bronze sculptures and others were found. It was proclaimed in 1949 as an "immovable cultural asset of exceptional significance". The most important project for the protection of this site, "Constantine's Villa in Mediana - Presentation Project 2010-2013", was launched in 2013 in order to mark the anniversary of the Edict of Milan. The intention of this project was presenting the monument heritage to the professional and general public.
<b>The Skull Tower</b>	The Skull tower is a unique monument of this kind in the world. It was built after the Battle at Čegar Hill (May 31, 1809), when the Turkish commander of Niš, in a desire to scare the Serb people, ordered that the tower of the fallen Serbs be erected. Skull Tower has a four-cornered base with a total of 56 rows and 952 skulls. Over time, a large number of skulls disappeared, leaving just 58 skulls. In 1938 on the plateau in front of the tower a bust of Stevan Sindelić, who was the leader of the uprising in which he and 3,000 fighters lost their lives, was placed.
<b>The "12<sup>th</sup> February" Memorial Museum</b>	Concentration camps testify about the suffering of the Serbian, Romani and Jewish people during the German occupation of Serbia in 1941-1944. On February 12, 1942, 105 prisoners tried to flee the camp, but 45 of them lost their lives.
<b>Bubanj Memorial Site</b>	It is one of the biggest gallows in Serbia since the Second World War. The detainees in the concentration camp were taken to the hillocks, known as Bubanj. It is estimated that 15,000 people were shot. The memorial park is presented in the form of three tightly compressed fists, which symbolize resistance, fearlessness and victory.
<b>National Museum of Niš</b>	The museum with numerous collections, including the collections of Stevan Sremac and Branko Miljković, with over 31,000 objects in archeology, numismatics, ethnology, history and art history, dates back to 1933. The museum belongs to The Concentration Camp "Red Cross" or "12 February", The Skull Tower, Mediana and Čegar.
<b>The Church of Saint Nicholas</b>	It dates from the XI century. Throughout history, the church has suffered and changed faith several times, from the mosque to the Orthodox temple. After liberation from the Turkish Empire, it became an Orthodox temple that has survived until today.
<b>Orthodox Cathedral</b>	It dates from the second half of the XIX century. It was badly damaged twice, but it was repaired. In the port of the cathedral there is The Church of Holy Archangels Michael and Gabriel, known as Small Cathedral. By 1878 this temple was the seat of the Diocese of Niš.
<b>The Church of Saint Panteleimon</b>	It was built in 1878, immediately after the liberation of Niš from the Turkish Empire. Not far off from the church were the remains of the original sanctuary, built by the Grand Prince Stefan Nemanja. Around the church there are several sources that are believed to have healing power.
<b>Church of Saints Emperor Constantine and Empress Helena</b>	The construction of the church with the unusual addition of two bell towers began in 1999. It is located in the Park of Saint Sava, and in June 3 each year a feast dedicated to Emperor Constantine and his mother, Empress Helena, is celebrated.
<b>The Monument to the Liberators of Niš</b>	It is located on <i>King Milan Square</i> . The monument was consecrated on the day of the celebration of the sixtieth anniversary of the liberation of Niš from the Turkish Empire ( 28 of June in 1937). It is dedicated to the glory of all those who defended Niš from the Turkish, Bulgarian and German invaders.
<b>The building of the old district offices in Niš</b>	It was declared as a cultural asset in 1982. From 1914 to 1915, the office of the Prime Minister of Serbia, Nikola Pašić, was placed there. In this monumental building, the University of Niš and the The Institute for Cultural Heritage Preservation are located.

<b>Tinkers Alley</b>	It represents the only preserved part of the former Niš bazaar (crafts district). Originally it was a craftsman alley and the last craftsman shop was closed in the nineties of the last century. Even today, the inscriptions have been preserved in craft shops, but the shops have been turned into cafes, taverns and restaurants.
----------------------	--

Source: Павловић, 2001; Савић et al., 2004; Прерадовић et al., 2006; Станковић, 2012; Станковић, 2013; Боснић et al., 2014; Племић, 2015; Станковић, 2016.

## Research results and discussion

### *Market appeal of cultural assets*

**Ambience.** The Niš Fortress and the central zone of the old part of the city, which is a protected area, are characterized by special ambient values. In the central zone of the old part of the city stands out Tinkers Alley, which is the only preserved part of the former Niš bazaar, known in the past for its craft shops.

**Known outside of the local area.** The city of Niš (but especially the city core) is a well-known symbol at a local and regional level. It has gained greater popularity and recognition in the European tourism market in the last few years, as there has been an enormous revival of the airport "Constantine the Great". In less than a year, there has been a double increase in the number of visitors (2016 – 124,917; 2017 – 331,582) (<http://nis-airport.com/statistika/>), which directly reflects the city's tourist flow (in 2016 there were a total number of tourists 75,969, and in 2017 total number of tourists were 85,048) (Statistical Office of the Republic of Serbia, 2017).

**An important national symbol.** Niš, besides Belgrade and Novi Sad, is an important traffic, industrial, commercial, university, cultural and tourist center of Serbia, and represents a significant symbol at the national level.

**An interesting tale can be told.** Different peoples and cultures have lived in the area of today's Niš, leaving behind their traditions, legends and myths. The city was named after the river that flows through it, which the Celts called Navissos. Each conqueror gave their own name to the city (Romans – Naissus, Byzantine – Nysos, Slavs – Niš, German – Nissa) (Група аутора, 2006). The spooky truth about the suffering of the Serbian people during the First Serbian Uprising is guarded by The Skull Tower, a monument made of the skulls of Serbian soldiers. The monument itself leaves a strong impression on the visitors, and the accompanying interpretation of the infliction of suffering and the cruelty of the Turkish commander allows for the creation of empathy. The documented suffering of the Serbian, Jewish and Romani people leaves no lesser of an impression on tourists who visit the concentration camp "12th February". On February 12, 1942, after months of torture, 105 inmates tried to escape from the camp, and 45 of them lost their lives. In addition to cultural and historical objects and its colorful history, in Niš had lived and worked people about whom interesting stories can be told (Constantine The Great, Stevan Sinđelić, Stevan Sremac, Dušan Radović, Milutin Tatić and others). These, as well as a number of other stories, can be very interesting for visitors.

**Possesses certain characteristics that differentiate it from other heritage assets.** Niš, as the third largest city in Serbia, differs from other cities in the immediate vicinity, primarily in terms of population, but also by the concentration of numerous

institutions. However, when comparing the cultural assets between Niš and other cities in Serbia, it can be concluded that a number of certain cultural assets are differentiated from other cities (Niš fortress, The Skull Tower, Concentration camp "12th February").

**Attraction for special purposes.** Niš is a city that favors the development of various forms of tourism. In this case, cultural tourism, historical tourism, manifestation tourism (film festivals, music events, children's events, etc.) and archeological tourism stand out. In addition to cultural tourist values, a number of sporting and recreational activities can be realized and attract tourists of various profiles: hiking and mountain running, free climbing, speleology, mountain biking, jeep safaris, diving, rafting, paragliding, riding, hunting and fishing.

**Complementarity with other tourism assets on destination.** The city core of Niš has a high degree of complementarity with other tourist assets in the near and further environment (cultural tourism, manifestation tourism, business tourism, religious tourism, transit tourism).

**Development of tourism in the region.** Niš is located in the area of southeastern Serbia, which, although has great potential, does not have a high degree of development of tourism. A special problem is the fact that in the immediate environment there are major demographic problems, especially concerning the departure of a young, able-bodied population.

**A destination associated with culture.** Due to a large number of cultural heritage assets, cultural institutions and events, the city core of Niš is associated with culture.

*Tab 3. Sub-indicators of market appeal of cultural assets*

Tourism sector Market appeal	
Sub-indicators	Grade
Ambience	<b>2.9</b> (weak 0–1, adequate 2–3, good 4, excellent 5)
Known outside of the local area	<b>2.8</b> (unknown 0–1, to a certain extent 2–3, very well-known 4–5)
An important national symbol	<b>4.1</b> (not 0, has a certain potential 1–3, yes 4–5)
An interesting tale can be told	<b>4.0</b> (not 0, has a certain potential 1–3, yes 4–5)
Possesses certain characteristics that differentiate it from other heritage assets	<b>2.6</b> (barely different 0, to a certain extent 2–3, significantly different 4, to a large extent 5)
Attraction for special purposes	<b>4.4</b> (not 0, has a certain potential 1–3, yes 4–5)
Complementarity with other tourism assets on destination	<b>3.9</b> (not 0, has a certain potential 1–3, yes 4–5)
Development of tourism in the region	<b>1.8</b> (low 0, to a certain extent 1–3, high 4–5)
A destination associated with culture	<b>4.2</b> (barely 0, to a certain extent 2–3, expressed 4–5)
Overall rating	<b>30.7</b>

### ***Factors relevant to the design of the tourism product***

**Accessibility.** Thanks to the geographical position and traffic connections, Niš represents an important crossroads of land and air traffic in the Balkans. Five railroads and six roads of regional, highway and intercontinental importance are crossed in Niš (Станковић, 2016). The highway from Western Europe passes by the city of Niš. One

branch of the aforementioned highway extends on towards Thessaloniki and Athens and another to Sofia and Istanbul. By exclusion from the E-75 or E-80 highway, most of the roads lead to the city center of Niš, so it is possible to access the streets of the city core for less than 10 minutes. Every day, regular urban, suburban and intercity traffic takes place, so the connection within city and intercity settlements is good. From the train station, which is located in the center of the city of Niš, it takes 10-15 minutes' walk to the significant cultural values of the city. Besides road traffic, Niš can be accessed by air, via airport "Constantine the Great". The airport is located a mere 4 km from the city core of Niš.

**Traffic connections.** The city is located on the branch of the two most important roads in Serbia – highway E-75 and highway E-80. These roads follow the railways in the same direction. The roads to the northwest (in the direction of Zaječar, Kladovo and Timisoara) and to the southwest (in the direction to Adriatic Sea) are separated in Niš. All these routes have been known since the earliest times as the direction of the movement of people, goods and armies. Beside good road and rail connections, Niš also has its own airport, which registers an increasing passenger traffic, which is reflected in the tourist flow of not only Niš and the environment, but also of Serbia in general. Airport "Constantine the Great" was modernized and put into operation in October 2003 (Byjoviћ, 2007) and trained to receive almost all types of aircraft (Станковић, 2016). Regular traffic from the airport is carried out by air carriers "Wizz Air", "Ryanair" and "SWISS" (<http://nis-airport.com/company/redovan-saobracaj/>).

**Proximity to other cultural attractions.** The surroundings of the city core of Niš have cultural and historical heritage, which testify to the turbulent history and the centuries-old struggle for freedom. Čegar Hill is located in the immediate vicinity of the city. It is the place where the Čegar battle played out, in which a large number of Serbian soldiers as well as the leader of the uprising, Stevan Sindelić, were killed. Today on the hill there is a monument in the form of a tower which was erected in 1927 on the occasion of the fiftieth anniversary of the liberation of Niš from the Turkish Empire. The monastery of Saint John is located in Gornji Matejevac, 10 km northeast of the city of Niš. It was built on the remains of an older church from the 19th century, and played an important role during the battles for the liberation of Niš from the Turkish Empire (Група аутора, 2006). In the immediate vicinity of Niš, there are several monasteries and churches which represent a kind of 'oasis of spiritual peace': The Latin Church which is considered as one of the oldest in Serbia; Grabovac monastery, located at the foot of the Seličevica mountain; The monastery of the Holy Virgin and The Monastery of Saint Petka Iverica are located in the Sićevačka gorge, not far away from the city (<http://visitnis.com/ponuda/sta-videti/crkve-i-manastiri/page/2/>). Only 10 minutes' drive from the city core there is Niška Banja, dating back to the ancient period. It owns a library, an art gallery, a Summer stage and a Center for Culture, which during the summer become places of numerous events united in the manifestation "Cultural Summer in Niška Banja" (<http://www.niska-banja.net/>). It was one of the most visited spas in Serbia.

**Service availability (parking, marked roads to cultural assets, refreshment, availability of information).** The city core of Niš is the best equipped part of the city, in which numerous shopping and catering activities are concentrated. The range of services offered is satisfactory and partially adapted for different needs of



tourists. Although opening of new accommodation and catering facilities and modernized existing, the restoration of road and tourist signaling (with accompanying explanations in the city itself, but also in the wider surroundings) should be given the highest attention, as well as improvement of the tourist infrastructure and provision of parking spaces for cars and buses.

*Tab 4. Sub-indicators relevant to the design of the tourism product*

Tourism sector Factors relevant to the design of the tourism product	
Sub-indicators	Grade
Accessibility	<b>3.8</b> (not allowed 0, limited access 1–2, allowed access to 3–4)
Traffic connections	<b>3.0</b> (heavy availability 0, easy accessibility 1–2, great availability 3)
Proximity to other cultural attractions	<b>1.9</b> (very far 0, access is easier 1–2, the distance can be quickly crossed by foot 3)
Service availability	<b>3.4</b> (weak 0, adequate 1–2, good 3–4, excellent 5)
Overall rating	<b>12.1</b>

By collecting the overall ratings for sub-indicators of market appeal – 30.7 and sub-indicators relevant to the design of the tourism product – 12.1, the overall rating of the tourism sector is 4.8, which indicates a high attractiveness.

### ***Cultural significance***

**Aesthetic and historical value** are at a high level, because numerous buildings from previous historical periods (ancient, Roman, medieval, Turkish, modern times) can be seen on the streets of the city, which are not only beautiful ambient units, but also cultural and historical assets that are protected by law.

**Educational and scientific research value** is at a satisfactory level, bearing in mind that Niš is the educational and university center of southeastern Serbia and Serbia in general. However, if we compare the mentioned values with the capital of Serbia and Vojvodina, Niš to some extent lags behind them.

**Social value** is distinct, because the city is a hub of numerous students, children, retirees and middle-aged people. Besides that, numerous manifestations which attract tourists are held in Niš (Film Festival, International Choir Festival, October Musical Festivities, Niš Autumn, Urbanism Salon, Jazz Festival, Chamber Music Festival etc).

**The uniqueness of the cultural asset.** As the largest city of southeastern Serbia and an administrative center, according to the degree of regulation of cultural and historical assets, it does not differ much in relation to the surrounding cities.

**Representativeness of the destination.** Niš has a variety of tourist values that represent the true representativity of the destination. One of them is The Skull Tower, a unique cultural and historical monument in the world.

Tab 5. Sub-indicators of cultural significance

The sector of heritage asset management Cultural significance	
Sub-indicators	Grade
Aesthetic value	1.7 (low 0, medium 1, high 2)
Historical value	1.9 (low 0, medium 1, high 2)
Educational value	1.4 (low 0, medium 1, high 2)
Scientific research value	1.3 (low 0, medium 1, high 2)
Social value	2.0 (low 0, medium 1, high 2)
The uniqueness of the cultural asset	1.1 (usual cultural assets of the same species 0, less usual cultural assets of the same species 1, rare cultural assets of the same species 2, unique cultural assets of the same species 3)
Representativeness of the destination	2.7 (weak 1, good 2–3, excellent 4)
Overall rating	12.1

### **Robusticity**

**Sensitivity.** Although the city of Niš it has recorded a growing tourist turnover in the last few years, the maximum achieved at the end of the 1980s, has not yet been achieved or surpassed. For this reason, the current tourist flow does not adversely affect the cultural and historical assets surpassed i.e. the carrying capacity<sup>2</sup> of the city core is at a satisfactory level.

**State of reparation.** There is a large number of cultural and historical assets that could be further preserved, restored and revitalized. Although the state of preservation of the Niš fortress is at a satisfactory level, the reconstruction of the ramparts should be completed as well as the conservation of the octagon palace. The archaeological site Mediana is in the process of long-term research, conservation and reconstruction. The revitalization of Mediana's museum should be carried out. The improvement of the tourist infrastructure (lighting, parking space, access to people with special needs, access paths etc.), is required at Mediana, Niš Fortress, The Skull Tower and Concentration Camp "Red Cross" (Tourism Development Program of the City of Niš with the action plan for the period 2018–2020, 2017).

**Management plan.** In the Tourism Development Strategy of the City of Niš for the period 2011–2016 a number of projects and plans for tourism development have been adopted, but most of them have not been implemented. It is necessary to improve and implement management plans, but also to adopt new strategic documents.

**Monitoring and maintenance** of cultural and historical assets are the responsibility of The Institute for Cultural Heritage Preservation Niš. Inadequate maintenance of cultural assets was noticed.

**The potential for investing** both the private and the public sector exists, but it is not yet precisely defined, and the realization has not been achieved in the right way. A particular problem is the fact that tourism is not adequately recognized as a profitable activity.

---

<sup>2</sup> Carrying capacity represents the maximum number of people who can be found at a particular site without irreversible change and degradation of the physical environment and without jeopardizing the tourist experience (Јовичић, 2000).

**A possibility of negative impact of visitors on the physical condition of the heritage assets**, this is possible at any destination and is something that is difficult to predict. However, taking into account the tourism turnover that has been achieved so far in Niš (a total of 85,048 tourists in 2016 and 160,947 overnight stays (Statistical Office of the Republic of Serbia, 2017)), we can conclude that the state is satisfactory, i.e. the physical condition of the cultural assets are not degraded by the concentration of visitors.

**Possibility of negative impact of modification on the physical condition of the cultural assets.** The modification of certain spatial areas and specific objects does not negatively affect the physical condition of the cultural assets, but can, if stylistically not adapted to local conditions and the ambience.

Tab 6. Robusticity sub-indicators

The sector of heritage asset management	
Robusticity	
Sub-indicators	Grade
Sensitivity	<b>2.7</b> (huge 0, quite 2–3, not sensitive 4)
State of reparation	<b>2.1</b> (weak 0, somewhat done 1, good 2–3, excellent 4)
Management plan	<b>1.8</b> (there is no plan 0, in preparation 1–4, there is 5)
Monitoring and maintenance	<b>2.1</b> (weak 0, somewhat done 1–2, well 3–4, excellent 5)
Potential for investing	<b>1.4</b> (weak 0, adequate 1–2, good 3–4, excellent 5)
Possibility of negative impact of visitors on the physical condition of the heritage assets	<b>2.8</b> (great possibility 1, medium possibility 2–4, low possibility 5)
Possibility of negative impact of modification on the physical condition of the cultural assets	<b>2.9</b> (great possibility 1, medium possibility 2–4, low possibility 5)
Overall rating	<b>15.8</b>

The overall assessment of the management sector (sub-indicators of cultural significance – 12,1 and robusticity 15.8) is 27.9, indicating the medium sensitivity of cultural assets and the medium cultural value.

When the overall rating of the market appeal sector (42.8) and the sector of heritage asset management (27.9) are placed in the correlation, a "matrix of market appeal/robusticity" is formed (Tab. 7).

Tab 7. The matrix of market appeal/robusticity of the city core of Niš

Indicator	The marcet appeal			
	Overall rating	0–20	21–40	41–60
Robusticity	0–20	M (3.1)	M (3.2)	M (3.3)
	21–40	M (2.1)	M (2.2)	M (2.3)
	41–60	M (1.1)	M (1.2)	M (1.3)

Source: Hilary Du Cros, 2000

The matrix shows that the overall rating of all sub-indicators placed the city core of Niš in cell M (2.3), which means that the city core has the medium value of indicators of cultural significance and high market appeal of cultural assets. Such results show that the city core of Niš has favorable conditions for the development of cultural tourism.

## Conclusion

The high value of market appeal and the middle value of cultural significance indicate that the cultural values of the city core of Niš are suitable for the development of tourism and represent an important element of the touristic offer of the city, but it is necessary to approach a better quality management of cultural heritage in order to achieve sustainable cultural development of the destination. A better quality of management of cultural heritage implies the implementation of management of cultural assets and the adoption of plans and programs for their restoration, conservation and revitalization. The management of cultural assets incorporates itself in the promotion of cultural values. Adequate and efficient propaganda activities of the cultural values of the city core of Niš should be based on the spread of awareness about the importance of preserving cultural and historical heritage and the importance of adequate behavior, not only of tourists, but also the domicile population.

The basic problems that Niš is facing, and therefore its city core, is related to the lack of vision and strategy of tourism development, inadequate maintenance of cultural assets, inadequate promotion, insufficiently developed tourist signaling and non-application of legal measures and penal policy. Although, generally speaking, the results of valorization indicated a high level of market appeal, it should be borne in mind that the quality of cultural and tourist products is influenced by the development of tourist infrastructure and suprastructure. Therefore, it is necessary to adopt a new strategic document for tourism development of the City of Niš, which will precisely define the development goals and programs that will improve existing and build new tourist infrastructure; and which will define the guidelines for the development of cultural tourism. Further planning of the development of cultural tourism and its implementation will depend on the implementation of the strategic plan and the process of making plan documentation.

## Acknowledgements

The paper presents the results of research on project No. 176008, financed by the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia. The author is thankful for useful comments and suggestions, which helped to improve the quality of the paper.

© 2018 Serbian Geographical Society, Belgrade, Serbia.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Serbia

## References

- Боснић, Д., Вучковић, Ј., Симишић, Ј. & Арсић, В. (2014). *Градови Србије*. Београд: Младинска књига [Bosnić, D., Vučković, J., Simišić, J. & Arsić, V. (2014). *Gradovi Srbije*. Beograd: Mladinska knjiga]
- Bourkas, N. (2008). *Cultural tourism, young people and destination perception: A case study of Delphi, Greece*. Exeter: University of Exeter.
- Demonja, D. (2011). Kulturni turizam: Hrvatska iskustva. *Antropologija*, 11(1), 181-205.

- Du Cros, H. (2000). Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism in Hong Kong. *Final Report to the Lord Wilson Heritage Trust Council*. SAR.
- Du Cros, H. (2001). A New Model to Assist in Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3, 165-170.
- Група аутора (2006). *Коридор Х*. Београд: Принцип Бонарт Прес [Grupa autora (2006), Koridor X. Beograd: Princip Bonart Pres]
- Хацић, О. (2005). *Културни туризам*. Нови Сад: Департман за географију, туризам и хотелјерство, ПМФ [Hadžić, O. (2005). Kulturni turizam. Novi Sad: Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, PMF]
- Hughes, H. L. (1996). Redefining Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 707-709.
- Jelinčić, D. A. (2009). *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Meandarmedia.
- Јовичић, Д. (2000). *Туризам и животна средина – концепција одрживог развоја*. Београд: Задужбина Андрејевић [Jovićić, D. (2000). Turizam i životna sredina – koncepcija održivog razvoja. Beograd: Zadužbina Andrejević]
- Јовичић, Д. (2008). *Увод у туризмологију и туристичку географију*. Нови Београд: Тон Плус [Jovićić, D. (2008). Uvod u turizmologiju i turističku geografiju. Novi Beograd: Ton Plus]
- Јовичић, Д. (2009). *Туристичка географије Србије*. Београд: Географски факултет [Jovićić, D. (2009). Turistička geografija Srbije. Beograd: Geografski fakultet]
- Lakićević, M. & Srđević, B. (2011). Turistička valorizacija Topčiderskog parka u Beogradu. *Letopis naučnih radova*, 35(1), 127-135.
- Марковић, Ј. Ј. & Петровић, М. Д. (2012). Туристичка валоризација археолошког налазишта "Виминацијум" према моделу Хилари ду Крос. *Зборник радова Департамана за географију, туризам и хотелјерство*, 41, 248-262. [Marković, J. J. & Petrović, M. D. (2012). Turistička valorizacija arheološkog nalazišta "Viminacijum" prema modelu Hilari du Kros. Zbornik radova Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo, 41, 248-262.]
- Павловић, Д. (2001). *Наша културна добра и туризам*. Београд: НИП "Туристичка штампа" [Pavlović, D. (2001). Naša kulturna dobra i turizam. Beograd: NIP "Turistička štampa"]
- Ранчић-Комбол, Т. (2006). *Културно наслеђе и туризам*. *Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin*, 16-17, 211-226.
- Племић, Б. (2015). Археолошки парк Медијана: недовољно искоришћен потенцијал туризма Србије. *Туристичко пословање*, 63-73. [Plečić, B. (2015). Arheološki park Medijana: nedovoljno iskorišćen potencijal turizma Srbije. Turističko poslovanje, 63-73.]
- Прерадовић, Д., Јовановић, Т., Матић, Б., Филиповић, В., Старовић, А. & Јанковић, С. (2006). *Коридор Х; Европски путеви културе*. Београд: Принцип Бонарт Прес [Preradović, D., Jovanović, T., Matić, B., Filipović, B., Starović, A. & Janković, S. (2006). Koridor X: Evropski putevi culture. Beograd: Princip Bonart Pres]
- Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- Савић, Ј., et al. (2004). *Туристичка Библија "Бели Анђео"*. Београд: Принцип Бонарт Прес [Savić, J., et al. (2004). Turistička Biblija "Beli Anđeo". Beograd: Princip Bonart Pres]
- Stamenković, I. (2005). Могућност примене матрице тржишне привлачности-робустности: студија случаја на примеру културног туризма Спомен збирке Павла Белјанског у Новом Саду. *Turizam*, 9, 120-123.
- Stamenković, I. & Jakšić, S. (2013). Tourism potential valorization of the old town centre in Sombor based on the Hilary Du Cors model. *European Researcher*, 53(6-2), 1746-1754.
- Станковић, С. (2008). *Туристичка географија*. Београд: Завод за уџбенике [Stanković, S. (2008). Turistička geografija. Beograd: Zavod za udžbenike]
- Станковић, С. (2012). *Туристичке дестинације*. Београд: Завод за уџбенике [Stanković, S. (2012). Turističke destinacije. Beograd: Zavod za udžbenike]
- Станковић, С. (2013). *Туристичка географија Србије; Правци туристичких кретања*. Београд: Српско географско друштво [Stanković, S. (2013). Turistička geografija Srbije; Pravci turističkih kretanja. Beograd: Srpsko geografsko društvo]
- Станковић, С. (2016). *Србија; Градови; Општине; Насеља*. Београд: Службени гласник [Stanković, S. (2016). Srbija; Gradovi; Opštine; Naselja. Beograd: Službeni glasnik]

- Станојловић, А., Ђурчић, Н. & Павловић, Н. (2010). Туристичка валоризација локалитета "Лазарев град" у Крушевцу. *Зборник радова Географског института "Јован Цвијић" САНУ*, 60(2), 77-92. [Stanojlović, A., Ćurčić, N. & Pavlović, N. (2010). Turistička valorizacija lokaliteta "Lazarev grad" u Kruševcu. *Zbornik radova Geografskog instituta "Jovan Cvijić" SANU*, 60(2), 77-92.]
- Statistical Office of the Republic of Serbia. (2017). Municipalities and regions in the Republic of Serbia. Belgrade: Statistical Office of the Republic of Serbia.
- The Tourism Development Strategy of the City of Niš for the period 2011–2016. (2011). Retrieved from: <http://media1.investnis.rs/2016/08/Strategija-razvoja-turizma-Grada-Ni%C5%A1a-2011-2016.pdf>
- Tourism Development Program of the City of Niš with the action plan for the period 2018–2020, 2017. (2017). Retrieved from: <http://www.ni.rs/wp-content/uploads/Program-razvoja-turizma-18-20.pdf>
- Вујовић, М. (2007). *Србија – друмовима, пругама, рекама*. Београд: Принцип Бонарт Прес [Vujović, M. (2007). *Srbija – drumovima, prugama, rekama*. Beograd: Princip Bonart Pres]
- World Travel Organisation (1995). *The state's role in protecting and promoting culture as a factor of tourism development and proper use and exploitation of the National cultural heritage of sites and monuments for tourism*. Madrid: WTO.
- <http://nis-airport.com/statistika/>
- <http://nis-airport.com/aviokompanije/redovan-saobracaj/>
- <http://visitnis.com/ponuda/sta-videti/crkve-i-manastiri/page/2/>
- <http://www.niska-banja.net/>

Оригинални научни рад

UDC [338.48-53:7/8]:911.375.631(497.11)  
<https://doi.org/10.2298/GSGD1802147M>

Примљено: 30. марта 2018.

Исправљено: 22. јула 2018.

Прихваћено: 27. октобра 2018.

**Јелена Миленковић<sup>1\*</sup>**

*\* Студент докторских студија, Универзитет у Београду, Географски факултет, Србија*

## **ВАЛОРИЗАЦИЈА КУЛТУРНИХ ТУРИСТИЧКИХ ВРЕДНОСТИ ГРАДСКОГ ЈЕЗГРА НИША ПО МОДЕЛУ ХИЛАРИ ДУ КРОС**

**Апстракт:** Културни туризам у себи интегрисе сектор културе и туризма, при чему се могу остварити обостране користи. Како би се повољни услови одразили и на један и на други сектор, неопходно је приступити планирању и трансформацији културно-историјског наслеђа у културно-туристички производ. Полазна фаза у планирању је валоризација културних туристичких вредности. Модел Хилари ду Крос (Hilary du Cros) креиран је специјално за валоризацију културних туристичких вредности. Модел је комплексан, јер оцењује културно-туристичке субиндикаторе и степен њихове градације, одвојено за туристички сектор и сектор менаџмента културних добара. Циљ рада је валоризација туристичког сектора и сектора менаџмента репрезентативних културних добара градског језгра Ниша по моделу Хилари ду Крос. Након анализе субиндикатора, градском језгру Ниша додељена је хелија М (2,3) што указује на повољне услове за развој културног туризма, али је неопходно приступити одговорнијем планирању културних туристичких вредности.

**Кључне речи:** Ниш, градско језгро, Хилари ду Крос модел, туристички сектор, сектор менаџмента културних добара

---

<sup>1</sup> [jelenamilenkovic311@gmail.com](mailto:jelenamilenkovic311@gmail.com) (аутор за кореспонденцију)

## Увод

Културни туризам се интензивно развија, а у научној литератури још увек постоје неслагања у вези са прихватањем опште и свеобухватне дефиниције културног туризма. Многи аутори (Hughes, 1996; Richards, 1996; Pančić-Kombol, 2006; Bourkas, 2008; Станковић, 2008; Јовичић, 2009), као и Светска туристичка организација (WTO, 1995), истичу да се у основи културног туризма налазе културна мотивација туриста и антропогене туристичке вредности.

Оријентација културне понуде на туристе подстакла је међусобну сарадњу два сектора, културе и туризма, при чему се стварају обостране користи (Jelinčić, 2009). Од туризма, култура добија додатни извор прихода, ствара се нови сегмент туриста, подстиче се професионално управљање културним добрима и њихов маркетинг, омогућује се боља контрола над коришћењем културних потенцијала, а међу локалним становништвом ствара се боља перцепција културе и повећава се њихова мотивација у управљању културно-историјским наслеђем. С друге стране, адекватним осмишљавањем културно-туристичког производа обогаћује се имиџ дестинације, повећава потрошња, дужина боравка и задовољство туриста (Demonja, 2011).

Имајући у виду речено, да би се културни туризам градског језгра Ниша адекватно развијао и да би се оствариле заједничке користи два сектора, неопходно је планирање културно-историјског наслеђа, које је директно повезано са менаџментом културних добара. Хилари ду Крос (Hilary du Cros, 2001) истиче да се планирање културног наслеђа мора базирати на анализи културног интегритета (физички остаци и степен конзервације) и анализи комерцијалних фактора, који утичу на трансформацију културно-историјског наслеђа у културну туристичку атракцију. У менаџменту културног наслеђа битно је ускладити обим потражње са маркетингом туристичког производа, односно број посетилаца и трајање њиховог боравка у односу на издржљивост ресурса (Pančić-Kombol, 2006).

У сваком планирању одрживог развоја културног туризма на одређеној дестинацији од посебног је значаја туристичка валоризација културних добара (Du Cros, 2001), која представља једно од најважнијих и најсложенијих питања теорије и праксе туризма (Јовичић, 2008). Туристичка валоризација треба на објективан начин проценити квалитативну и квантитативну вредност туристичких мотива од значаја за развој туризма (Станковић, 2008). Уколико се добију позитивне оцене приликом туристичке валоризације, повећавају се могућности да дестинација постане препознатљивија и посећенија на туристичком тржишту (Хаџић, 2005). Стога је циљ рада валоризација туристичког сектора и сектора менаџмента репрезентативних културних добара градског језгра Ниша по моделу Хилари ду Крос, да би се увидело тренутно стање и потенцијал за адекватнији развој културног туризма.

## Методологија истраживања

Најзначајнији допринос у валоризацији културних туристичких вредности дала је ауторка Хилари ду Крос. Модел је доста комплексан, јер оцењује не само туризам,



већ и сектор управљања културно-историјским наслеђем (Stamenković & Jakšić, 2013).

Како би се постигао што већи степен објективности у вредновању, формиран је упитник у коме су били истакнути индикатори и репрезентативне културне туристичке вредности које се оцењују. Анкетирање је спроведено у првој половини 2018. године. Упитник је попунило 10 испитаника чији се домен рада везује за туризам (3 туризмолога, 2 археолога, 2 историчара, 3 туристичка водича) и 5 студената туризма. Узимајући у обзир чињеницу да је вредновање (процењивање и рангирање) за туристу субјективно и емотивно, а за истраживача мора бити објективно и рационално, узело се мишљење туриста, који су на оствареном доживљају створили перцепцију о дестинацији и њеним вредностима. Да би резултати били што веродостојнији, анкетни упитник попунило је 15 туриста који су боравили у Нишу у јулу 2018. године. На основу одговора свих испитаника, добијене су просечне оцене за све субиндикаторе културних туристичких вредности градског језгра Ниша, које су представљене у поглављу "Резултати и дискусија".

Осим анкетног упитника, коришћени су секундарни извори података, попут доступне литературе, стратешких докумената, података Републичког завода за статистику, Туристичке организације Ниша, релевантних интернет страница. На основу добијених одговора, израчунате су просечне вредности за све индикаторе. С обзиром на то да неки испитаници (углавном туристи) ниси знали проценити одређене индикаторе, нарочито за сектор менаџмента културних добара, детаљније су анализирани секундарни извори података. Резултати валоризације културних вредности градског језгра Ниша могу бити од посебног значаја приликом планирања и организовања културног туризма.

### ***Модел туристичке валоризације према Хилари ду Крос***

Модел Хилари ду Крос један је од научно признатих и потпуних модела туристичке валоризације културних добара. Основна намена овог модела је сагледавање могућности укључивања објеката културе у одрживи развој туризма (Lakićević & Srđević, 2011).

Модел се састоји из туристичког сектора и сектора менаџмента културних добара. Туристички сектор обухвата два субиндикатора: тржишну привлачност културних добара и факторе од значаја при дизајнирању туристичког производа. Субиндикатори се вреднују оценама од 0 до 5, при чему поједини индикатори имају мање распоне бодова. Тачни распони бодова за све субиндикаторе представљени су у одељку "Резултати и дискусија". Сабирањем оцена свих субиндикатора из обе групе добија се укупна оцена туристичког сектора. Тако добијена оцена се тумачи на следећој скали: 0–20 (слаба привлачност), 21–40 (средња привлачност) и 41–60 (велика привлачност). Сектор менаџмента културних добара обухвата два субиндикатора: културни значај и робусност. Њиховим сабирањем добија се укупна оцена сектора менаџмента културног добра. Добијена оцена се тумачи на следећој скали: 0–20 (велика осетљивост/мала културна вредност), 21–40 (осредња осетљивост и културна вредност) и 41–60 (слаба осетљивост/висока културна вредност) (Станојловић, Ђурчић & Павловић, 2010; Марковић & Петровић, 2012).

На основу извршене анализе поставља се "матрица тржишне привлачности/робусности", са девет ћелија, означених са  $M(i,j)$  ( $i,j=1,2,3$ ), што је представљено у следећој табели (Du Cros, 2000). Ћелије су дефинисане на следећи начин:

- $M(1,1)$  висока вредност индикатора културна значајност/робусност и мала тржишна привлачност;
- $M(1,2)$  висока вредност индикатора културна значајност/робусност и средња тржишна привлачност;
- $M(1,3)$  висока вредност индикатора културна значајност/робусност и велика тржишна привлачност;
- $M(2,1)$  средња вредност индикатора културна значајност/робусност и мала тржишна привлачност;
- $M(2,2)$  средња вредност индикатора културна значајност/робусност и средња тржишна привлачност;
- $M(2,3)$  средња вредност индикатора културна значајност/робусност и велика тржишна привлачност;
- $M(3,1)$  мала вредност индикатора културна значајност/робусност и мала тржишна привлачност;
- $M(3,2)$  мала вредност индикатора културна значајност/робусност и средња тржишна привлачност;
- $M(3,3)$  мала вредност индикатора културна значајност/робусност и велика тржишна привлачност.

Таб. 1. Матрица тржишне привлачности и робусности

Индикатор	Тржишна привлачност			
	Укупна оцена	0–20	21–40	41–60
Робусност	0–20	$M(3,1)$	$M(3,2)$	$M(3,3)$
	21–40	$M(2,1)$	$M(2,2)$	$M(2,3)$
	41–60	$M(1,1)$	$M(1,2)$	$M(1,3)$

Извор: Hilary Du Cros, 2000

Приликом креирања туристичког производа у културном туризму највише потенцијала имају културна добра која се, након извршене туристичке валоризације, сврставају у ћелије  $M(2,3)$  и  $M(1,3)$ . Културна добра са средњом и високом тржишном привлачношћу, али ниским степеном робусности могу се користити у сврху туризма, али тек онда када се обезбеде услови који ће спречити његово оштећење приликом посете туриста. Културна добра која одликује мала тржишна привлачност  $M(3,1)$  не могу се посматрати као дестинације које ће привући велики број туриста. Културна добра са високом или осредњом вредношћу индикатора културне значајности/робусности и осредњом туристичком привлачношћу морају се адекватно промовисати, али и заштити у смислу одређивања оптималног броја посетилаца ради успостављања одрживог развоја културног туризма (Stamenković, 2005; Марковић & Петровић, 2012).

## Културне туристичке вредности градског језгра Ниша

У градском језгру Ниша налази се велики број културних туристичких вредности, које сведоче о разним етапама историје кроз које је прошао град на обали Нишаве. Немају сва културна добра подједнак значај, нити су подједнако занимљива за туристе. За примену модела Хилари ду Крос одабране су репрезентативније културне вредности које завређују пажњу туриста и које су познатије на

националном туристичком тржишту. У наредној табели (Таб. 2) у краћим цртама представљене су антропогене вредности градског језгра Ниша које су узете у обзир приликом валоризације.

Таб. 2. Културне туристичке вредности градског језгра Ниша

<b>Нишка тврђава</b>	Једно од најлепших и најочуванијих здања турске војне архитектуре на средњем Балкану. У тврђави се налазе бројни споменици и грађевине из различитих периода: <i>Здање Историјског архива; Лапидаријум са надгробним споменицима; Спомен костурница; Турско купатило (Хамам); Стамбол капија; Арсенал оружја и муниције; Бали-бегова џамија; Уметничка галерија "Салон 77"; Споменик кнезу Милану Обреновићу и ослободиоцима Ниша; Пашин конак.</i> Данас је омиљено шеталиште Нишлија и њихових гостију, простор погодан за спортске активности и културне манифестације. Тврђава је проглашена културним добром од великог значаја.
<b>Медијана</b>	Представља археолошки локалитет који је император Константин Велики изградио почетком IV века, као резиденцију римским царевима приликом њихових посета античком Нишу. Приликом истраживања пронађени су остаци виле, крстионице, житнице, делови мозаика, терме, пагански храм, канализација, делови фресака, мермерне и бронзане скулптуре и др. Проглашена је 1949. године за непокретно културно добро од изузетног значаја. Најзначајнији пројекат заштите овог локалитета, " <i>Константинова вила на Медијани – Пројекат презентације 2010–2013.</i> ", покренут је у циљу обележавања јубилеја Миланског едикта 2013. године, са намером да се споменичко наслеђе представи стручној и широкој јавности.
<b>Ђеле-кула</b>	Ђеле-кула представља јединствен споменик те врсте у свету. Подигнут је после битке на Чегру (31. мај 1809. године), када је турски заповедник Ниша, у жељи да заплаши српски народ, наредио је да се од лобања погинулих Срба сазида кула. Кула је четвороугаоне основе са укупно 56 редова и 952 лобање. Временом је већи број лобања нестао, тако да је остало 58 лобања. На платоу испред улазних врата 1938. године постављена биста Стевана Синђелића, који је био предводник устанка у коме је изгубио живот са још 3.000 бораца.
<b>Спомен-музеј "Дванаести фебруар"</b>	Концентрациони логор сведочи о страдању српског, ромског и јеврејског народа у време немачке окупације Србије 1941–1944. године. Бекство из логора је 12. фебруара 1942. године покушало 105 логораша, а њих 45 је изгубило живот.
<b>Спомен парк Бубањ</b>	Једно је од највећих стратишта у Србији из Другог светског рата. Заточеници у концентрационом логору, одвођени су на брдашце, познато као Бубањ. Процењује се да је стрељано 15.000 људи. Спомен парк представљен је у виду три чврсто стиснуте песнице, које симболишу отпор, неустрашивост и победу.
<b>Народни музеј</b>	Комплексни музеј са бројним збиркама, укључујући и збирке Стевана Сремца и Бранка Миљковића, у чијим се фондовима чува више од 31.000 предмета из области археологије, нумизматике, етнологије, историје и историје уметности, датира из 1933. године. У састав музеја улазе логор на Црвеном крсту, Ђеле кула, Медијана и Чегар.
<b>Црква Светог Николе</b>	Потиче из XI века. Током историје више пута је страдала и мења веру, од џамије до православног храма. По ослобођењу од Турака, постаје православни храм који се одржао до данас.
<b>Саборни храм</b>	Потиче из друге половине XIX века. Два пута је тешко страдао, али је оба пута био обновљен. У порти Саборног храма налази се <i>Црква Светих арханђела Михајла и Гаврила</i> , тзв. <i>Мали саборни храм</i> . Овај храм је до 1878. године био седиште нишке епархије. Већим делом је укопан у земљу.

<b>Црква Светог Панталејмона</b>	Изграђена је 1878. године, одмах након ослобођена Ниша од Турске империје. Недалеко од цркве пронађени су остаци првобитне светиње, коју је саградио жупан Стефан Немања. Око цркве постоји неколико извора за које се верује да имају исцелитељску моћ.
<b>Црква цара Константина и царице Јелене</b>	Изградња цркве у духу рашке градитељске школе, са неуобичајеним додатком два звоника, започета је 1999. године. Налази се у Парку Светог Саве, а 3. јуна сваке године прославља се празник посвећен цару Константину и његовој мајци, царици Јелени.
<b>Споменик ослободиоцима Ниша</b>	Налази се на <i>Тргу краља Милана</i> . Споменик је освешћен на Видовдан 1937. године, на дан прославе шездесетогодишњице ослобођења Ниша од Турске власти, у славу свих оних који су Ниш бранили од турских, бугарских и немачких освајача.
<b>Зграда старог Окружног начелства</b>	Културним добром проглашена је 1982. године. У њој је од 1914. до 1915. године био смештен кабинет председника српске владе, Николе Пашића. У овом монументалном здању, које је данашњи изглед добило 1935. године, смештени су <i>Ректорат Универзитета у Нишу</i> и <i>Завод за заштиту споменика културе</i> .
<b>Казанцијско сокаче</b>	Представља једини очувани део старе нишке чаршије (занатлијска четврт). Најразвијенији је био казанцијски занат. Последње казанцијске радње затворене су деведесетих година прошлог века. У сокачету су и данас сачувани натписи на занатским радњама, али су објекти претворени у кафиће, кафане и ресторане.

Извор: Павловић, 2001; Савић et al., 2004; Прерадовић et al., 2006; Станковић, 2012; Станковић, 2013; Боснић et al., 2014; Племић, 2015; Станковић, 2016.

## Резултати и дискусија

### *Тржишна привлачност културних добара*

**Амбијент.** Посебним амбијенталним вредностима одликују се Нишка тврђава и централна зона старог дела града, која је законом заштићена амбијентална целина. У централној зони старог дела града истиче се Казанцијско сокаче, које представља једини очувани део старе нишке чаршије.

**Познатост ван локалне области.** Град Ниш (а посебно градско језгро) добро је познат симбол на локалном и регионалном нивоу. Већу популарност и препознатљивост на европском туристичком тржишту добија у последњих неколико година, јер је дошло до енормног оживљавања аеродрома "Константин Велики". За мање од годину дана, забележен је двоструки пораст броја путника (2016. године – 124.917; 2017. године – 331.582) (<http://nis-airport.com/statistika/>), који се директно одражава на туристички промет града (2016. године било је укупно 75.969 туриста, а 2017. године 85.048) (Републички завод за статистику, 2017).

**Важан национални симбол.** Ниш је, поред Београда и Новог Сада, важан саобраћајни, индустријски, трговачки, универзитетски, културни и туристички центар Србије, те представља значајан симбол на националном нивоу.

**Може се испричати интересантна прича.** На простору данашњег Ниша обитавали су различити народи и културе, остављајући за собом усмену традицију, легенде и митове. Град је добио име по реци која кроз њега протиче и коју су келтски прастановници звали Navissos. Сваки освајач давао је своје име граду (Римљани Naissus, Византијци Nysos, Словени Ниш, Немци Nissa) (Група аутора, 2006). Сабласну истину о страдању српског народа за време Првог српског устанка

чува Ђеле-кула, споменик саткан од лобања српских војника. Сам споменик оставља јак утисак на посетиоце, а пропратна интерпретација о начину страдања и свирепости турског заповедника омогућује стварање емпатије. Ништа мањи утисак код туриста не остављају страдања српског, јеврејског и ромског становништва за време Немачке окупације 1941–1944. године, приликом њихове посете концентрационом логору "Дванаести фебруар". Дванаестог фебруара 1942. године, након вишемесечног мучења, 105 логораша је покушало бекство из логора, а њих 45 је изгубило живот. Поред културно-историјских објеката и њихове живописне историје, у Нишу су живеле и радиле личности о којима се могу презентовати занимљиве приче (Константин Велики, Стеван Синђелић, Стеван Сремац, Душан Радовић, Милутин Татић и др.). Овакве, али и низ других прича, показују се као веома занимљиве за посетиоце.

**Поседује особине које га диференцирају од околних културних добара.** Ниш, као трећи град по величини у Србији, разликује се од осталих градова у непосредној близини, пре свега по броју становника, али и по концентрацији бројних институција. Међутим, када се прави поређење између културних добара Ниша и других градова у Србији, долази се до закључка да се само одређена културна добра диференцирају од других градова (Нишка тврђава, Ђеле кула, концентрациони логор "Дванаести фебруар").

**Привлачност за посебне потребе.** Ниш је град који погодује развоју различитих облика туризма. У првом реду истичу се културно-историјски, манифестациони (филмски фестивали, музичке приредбе, дечије приредбе и др.) и археолошки. Осим културних туристичких вредности, требало би издвојити и низ спортско-рекреативних активности које се могу реализовати, те привући туристе различитих профила: планинарење и планинско трчање, слободно пењање, спелеологија, планински бициклизам, џип сафари, роњење, рафтинг, параглајдинг, јахање, лов и риболов.

**Усклађеност са осталим туристичким производима на дестинацији.** Градско језгро Ниша поседује висок степен комплементарности са осталим туристичким понудама у ближем и даљем окружењу (културни туризам, манифестациони туризам, пословни туризам, верски туризам, транзитни туризам).

**Развијеност туризма у окружењу.** Ниш се налази у пределу југоисточне Србије, који, иако поседује велики потенцијал, нема висок степен развијености туризма. Посебан проблем представља чињеница да се у непосредном окружењу дешавају велики демографски проблеми и одлазак младог, радно способног, становништва.

**Дестинација се асоцира са културом.** Захваљујући великом броју објеката културног наслеђа, културних установа и манифестација, градско језгро Ниша се асоцира са културом.

Таб. 3. Субиндикатори тржишне привлачности

Туристички сектор Тржишна привлачност	
Субиндикатори	Оцена
Амбијент	<b>2,9</b> (слаб 0–1, адекватан 2–3, добар 4, одличан 5)
Познатост ван локалне области	<b>2,8</b> (непознато 0–1, у одређеној мери 2–3, веома добро познато 4–5)
Важан национални симбол	<b>4,1</b> (не 0, има извешан потенцијал 1–3, да 4–5)
Може се испричати интересантна прича	<b>4,0</b> (не 0, има извешан потенцијал 1–3, да 4–5)
Поседује особине које га диференцирају од околних културних добара	<b>2,6</b> (слабо се разликује 0, у одређеној мери 2–3, значајно се разликује 4, у великој мери се разликује 5)
Привлачност за посебне потребе	<b>4,4</b> (не 0, има извешан потенцијал 1–3, да 4–5)
Усклађеност са осталим туристичким производима на дестинацији	<b>3,9</b> (не 0, има извешан потенцијал 1–3, да 4–5)
Развијеност туризма у окружењу	<b>1,8</b> (ниска 0, постоји у извесној мери 1–3, висока 4–5)
Дестинација се асоцира са културом	<b>4,2</b> (слабо 0, у извесној мери 2–3, изражен 4–5)
Укупна оцена	<b>30,7</b>

### Фактори од значаја при дизајнирању туристичког производа

**Приступ.** Захваљујући географском положају и саобраћајној повезаности Ниш представља важну раскрсницу копненог и ваздушног саобраћаја Балкана. У Нишу се укршта пет железничких пруга и шест путева регионалног, магистралног и међуконтиненталног значаја (Станковић, 2016). Поред града пролази аутопут из Западне Европе, који преко Београда иде ка Солуну и Атини, а у Нишу се одваја крак за Софију и Истанбул. Искључењем са аутопута Е-75 или Е-80, већина саобраћајница води до центра града, па је могуће приступити улицама градског језгра за непуних 10 минута. Свакодневно се одвија редован градски, приградски и међуградски саобраћај, па је повезаност унутар градских и међуградских насеља добра. Од железничке станице, која се налази у ужем центру града, потребно је 10–15 минута хода, до значајнијих културних вредности града. Поред друмског саобраћаја, до Ниша се може стићи и ваздушним путем, преко аеродрома "Константин Велики". Аеродром се налази на свега 4 km удаљености од градског језгра.

**Саобраћајна повезаност.** Град се налази на краку две најзначајније саобраћајнице у Србији – аутопуту Е-75 и аутопуту Е-80. Ове саобраћајнице прати железница истим правцем пружања. У Нишу се одвајају путеви ка северозападу (према Зајечару, Кладову и Темишвару) и ка југозападу (према Јадранском мору). Сви ови путни правци били су познати још од најстаријих времена као правци кретања народа, робе и војске. Поред добре друмске и железничке повезаности, Ниш има и свој аеродром, који бележи све већи путнички промет који се одражава и на туристички промет Ниша и околине, али и Србије уопште. Путнички и карго аеродром "Константин Велики", осавремењен је и пуштен у рад октобра 2003. године (Вујовић, 2007) и оспособљен да прими готово све типове авиона (Станковић, 2016). Редован саобраћај са аеродрома реализују авио превозници

"Wizz Air", "Ryanair" и "SWISS" (<http://nis-airport.com/aviokompanije/redovan-saobracaj/>).

**Близина других културних атракција.** Околина градског језгра Ниша богата је културно-историјским наслеђем, које сведочи о бурној историји и вишевековној борби за слободу. Брдо Чегар налази се у непосредној близини града. То је место где се одиграла Чегарска битка у којој је страдао велики број српских војника и предводник устанка, Стеван Синђелић. Данас се на брду налази споменик у облику куле који је подигнут 1927. године поводом обележавања педесетогодишњице ослобођења Ниша од Турака. Манастир Светог Јована, смештен је у Горњем Матејевцу, 10 km североисточно од Ниша. Подигнут је на остацима старије цркве из XIX века, а одиграо је важну улогу током битака за ослобођење Ниша од Турске владавине (Група аутора, 2006). У непосредној околини Ниша налази се неколико манастира и цркава које представљају својеврсну оазу духовног мира: Латинска црква се сматра једном од најстаријих у Србији; Грабовачки манастир, смештен је у подножју планине Селичевике; манастир Свете Богородице и манастир Свете Петке Иверице налазе се у Сићевачкој клисури, недалеко од града (<http://visitnis.com/ponuda/sta-videti/crkve-i-manastiri/page/2/>). На само 10 минута вожње од центра града налази се Нишка Бања, која датира из античког периода. Поседује библиотеку, уметничку галерију, Летњу позорницу и Центар за културу, који у току лета постају места бројних дешавања обједињених у манифестацији "Културно лето у Нишкој Бањи" (<http://www.niska-banja.net/>). Својевремено била је једна од најпосећенијих бања у Србији.

**Услугне погодности** (паркинг, обележени путеви до културних добара, освежење, доступност информација). Градско језгро Ниша најбоље је опремљени део града, у коме су концентрисане бројне трговачке и угоститељске радње. Асортиман услуга који се нуди је задовољавајући и делимично је прилагођен различитим потребама туриста. Иако би требало отворити нове и осавременили постојеће смештајно-угоститељске објекте, највише пажње требало би посветити обнови путне и туристичке сигнализације (са пропратним објашњењима у самом граду, али и у широј околини), побољшању туристичке инфраструктуре и обезбеђивању паркинг простора за аутомобиле и аутобусе.

Сабирањем оцена субиндикатора тржишне привлачности – 30,7 и субиндикатора који су значајни при дизајнирању туристичког производа – 12,1, добија се укупна оцена туристичког сектора која износи 42,8, што указује на високу привлачност.

Таб. 4. Субиндикатори значајни при дизајнирању туристичког производа

Туристички сектор	
Фактори значајни при дизајнирању туристичког производа	
Субиндикатори	Оцена
Приступ	<b>3,8</b> (није дозвољен 0, ограничен приступ 1–2, дозвољен приступ 3–4)
Саобраћајна повезаност	<b>3,0</b> (тешка доступност 0, олакшана доступност 1–2, одлична доступност 3)
Близина других културних атракција	<b>1,9</b> (веома удаљено 0, олакшан је приступ 1–2, растојање се може брзо прећи пешке 3)
Услугне погодности	<b>3,4</b> (слабе 0, адекватне 1–2, добре 3–4, одличне 5)
Укупна оцена	<b>12,1</b>

## Културни значај

**Естетска и историјска вредност** су на високом нивоу, јер се на улицама града могу видети бројне грађевине из претходних периода (антички, римски, средњовековни, турски, модерно доба), које представљају не само лепе амбијенталне целине, већ културно-историјска добра која су законом заштићена.

**Едукациона и научноистраживачка вредност** су на задовољавајућем нивоу, имајући у виду да је Ниш образовни и универзитетски центар југоисточне Србије и Србије уопште. Међутим, уколико упоредимо поменуте вредности са престоницом Србије и Војводине, Ниш у извесној мери заостаје за њима.

**Друштвена вредност** је изразита, јер је град стециште бројних студената, деце, пензионера и средњовековних особа. Осим тога, у Нишу се одржавају бројне манифестације које привлаче пажњу туриста (Филмски сусрети, Хорске свечаности, Октобарске музичке свечаности, Нишка јесен, Салон урбанизма, Цез фестивал, Фестивал камерне музике итд.).

**Јединственост културног добра.** Највећи град југоисточне Србије и својеврсни административни центар, по степену уређености културно-историјских добара се не разликује превише у односу на градове у околини.

**Репрезентативност на дестинацији.** Ниш располаже разноврсним туристичким вредностима које представљају праву репрезентативност на дестинацији. Једна од њих јесте Ђеле-кула, уникатан културно-историјски споменик у свету.

Таб. 5. Субиндикатори културног значаја

Сектор менаџмента културних добара	
Културни значај	
Субиндикатори	Оцена
Естетска вредн.	1,7 (ниска 0, средња 1, висока 2)
Историјска вредн.	1,9 (ниска 0, средња 1, висока 2)
Едукациона вредн.	1,4 (ниска 0, средња 1, висока 2)
Научноистраж.вр.	1,3 (ниска 0, средња 1, висока 2)
Друштвена вредн.	2,0 (ниска 0, средња 1, висока 2)
Јединственост добра	1,1 (уобичајена културна добра исте врсте 0, мање уобичајена културна добра 1, ретка културна добра 2, уникатна културна добра 3)
Репрезентативност	2,7 (слаба 1, добра 2–3, одлична 4)
Укупна оцена	12,1

## Робусност

**Осетљивост.** Град Ниш, иако бележи све већи туристички промет у последњих неколико година, максимум који је остварен крајем осамдесетих година прошлог века, још увек није постигнут, нити превазиђен. Из тог разлога, тренутни туристички промет не оставља негативне последице на културно-историјске



знаменитости, односно носећи капацитет<sup>2</sup> градског језгра је на задовољавајућем нивоу.

**Стање репарације.** Постоји велики број културно-историјских добара који би се могли додатно конзервирати, рестаурирати и ревитализовати. Иако је стање очувања тврђаве на задовољавајућем нивоу, требало би завршити реконструкцију бедема и конзервирати палату са октагоном. Археолошки локалитет Медијана је у процесу дугогодишњег истраживања, конзервације и реконструкције. Посебно би требало извршити ревитализацију музејске поставке Медијане. Унапређење туристичке инфраструктуре (осветљење, паркинг простор, приступ особама са посебним потребама, приступне стазе и сл.) захтевају Медијана, Тврђава, Теле кула и Логор на Црвеном крсту (Програм развоја туризма Града Ниша са акционим планом за период 2018–2020. године, 2017).

**План управљања.** У Стратегији развоја туризма Града Ниша за период 2011–2016. године донет је низ пројеката и планова развоја туризма, при чему већина њих није реализована. Неопходно је унапредити и реализовати планове управљања, али и донети нове стратешке документе.

**Мониторинг и одржавање** културно-историјских знаменитости у домену рада су Завода за заштиту споменика културе Ниша. Уочено је неадекватно одржавање културних добара.

**Потенцијал за инвестирање** како приватног, тако и јавног сектора постоји, али још увек није прецизно дефинисан, те реализација није остварена на прави начин. Посебан проблем представља чињеница да туризам није на адекватан начин препознат као профитабилна делатност.

**Могућност негативног утицаја посетилаца** на физичко стање културног добра у било којој дестинацији постоји и то је нешто што је тешко предвидети. Међутим, узимајући у обзир туристички промет који је до сада остварен у Нишу (Град Ниш је 2016. године посетило укупно 85.048 туриста и остварено је 160.947 ноћења, Републички завод за статистику, 2017), можемо закључити да је стање задовољавајуће, односно физичко стање културних добара није деградирано концентрацијом посетилаца.

**Могућност негативног утицаја модификације** на физичко стање културног добра. Модификација одређених просторних целина и конкретних објеката не одражавају се негативно на физичко стање културних добара, али могу утицати, ако стилски нису прилагођени локалним условима, на амбијенталну целину датог простора.

Укупна оцена сектора менаџмента (субиндикатори културног значаја – 12,1 и субиндикатори робусности 15,8) износи 27,9, што указује на осредњу осетљивост културних добара и осредњу културну вредност.

---

<sup>2</sup> Носећи капацитет представља максималан број људи који се могу наћи на одређеном локалитету без неповратне измене и деградације физичке средине и без угрожавања доживљаја туриста (Јовичић, 2000).

Таб. 6. Субиндикатори робусности

Сектор менаџмента културних добара	
Робусност	
Субиндикатори	Оцена
Осетљивост	<b>2,7</b> (велика 0, прилична 2–3, није осетљиво 4)
Стање репарације	<b>2,1</b> (слабо 0, донекле извршено 1, добро 2–3, одлично 4)
План управљања	<b>1,8</b> (нема плана 0, у припреми је 1–4, постоји 5)
Мониторинг и одржавање	<b>2,1</b> (слабо 0, донекле 1–2, добро 3–4, одлично 5)
Потенцијал за инвестирање	<b>1,4</b> (слабо 0, адекватан 1–2, добар 3–4, одличан 5)
Могућност негативног утицаја посетилаца на физичко стање културних добара	<b>2,8</b> (велика могућност 1, средња могућност 2–4, мала могућност 5)
Могућност негативног утицаја модификације на физичко стање културних добара	<b>2,9</b> (велика могућност 1, средња могућност 2–4, мала могућност 5)
Укупна оцена	<b>15,8</b>

Када се у корелацију ставе укупне оцене сектора тржишне привлачности (42,8) и сектора менаџмента културних добара (27,9), формира се "матрица тржишне привлачности/робусности" (Таб. 7).

Таб. 7. Матрица тржишне привлачности и робусности градског језгра Ниша

Индикатор	Тржишна привлачност			
	Укупна оцена	0–20	21–40	41–60
Робусност	0–20	М (3,1)	М (3,2)	М (3,3)
	21–40	М (2,1)	М (2,2)	М (2,3)
	41–60	М (1,1)	М (1,2)	М (1,3)

Извор: Hilary Du Cros, 2000

На матрици се уочава да је збирна оцена свих субиндикатора сврстала градско језгро Ниша у ћелију М (2,3), што значи да градско језгро има средњу вредност индикатора културног значаја и велику тржишну привлачност културних добара. Овакви резултати показују да градско језгро Ниша има повољне услове за развој културног туризма.

## Закључак

Висока вредност тржишне привлачности и средња вредност културног значаја указују да су културне вредности градског језгра Ниша подесне за развој туризма и представљају значајан елемент туристичке понуде града, али је потребно приступити квалитетнијој фази управљања културним наслеђем, како би се постигао одрживи културни развој дестинације. Квалитетнија фаза управљања културним наслеђем подразумева спровођење менаџмента културних добара и доношење плана и програма њихове рестаурације, конзервације и ревитализације. Менаџмент културних добара у себи инкорпорира и промоцију културних вредности. Адекватне и ефикасне пропагандне активности културних вредности градског језгра Ниша треба базирати на ширењу свести о значају очувања културно-историјског наслеђа и значају адекватног понашања, не само туриста, већ и домицилног становништва.

Основни проблеми са којима се суочава Ниш, па самим тим и његово градско језгро, односе се на недостатак визије и стратегије развоја туризма, неадекватно одржавање културних добара, неадекватне промоције, недовољно развијене туристичке сигнализације и непримењивање законских мера и казнене политике. Иако су, генерално гледано, резултати валоризације указали на висок степен привлачности, треба имати на уму да на квалитет културно-туристичког производа утиче и развијеност туристичке инфраструктуре и супраструктуре. Стога је неопходно усвојити нови стратешки документ развоја туризма Града Ниша, којим ће се прецизно дефинисати циљеви развоја и програми помоћу којих ће се унапредити постојећа и изградити нова туристичка инфраструктура и помоћу којих ће се дефинисати смернице развоја културног туризма. У зависности од саме реализације стратешког плана и процеса израде планске документације, зависиће даље планирање развоја културног туризма и његова имплементација.

### **Захвалница**

Рад представља резултат истраживања на пројекту 176008 Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије. Аутор се захваљује конструктивним коментарима и сугестијама, који су помогли у побољшању квалитета рада.

© 2018 Serbian Geographical Society, Belgrade, Serbia.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Serbia

**Литература** (погледати у енглеској верзији текста)

