

TM	G. XXXVI	Br. 2	Str. 773-784	Niš	april - jun	2012.
----	----------	-------	--------------	-----	-------------	-------

UDK 502.131.1:338.48-44(497.11)(23)

Stručni rad

Primljeno: 22. 02. 2012.

Revidirana verzija: 27. 04. 2012.

Jelena Petrović

Marija Bratić

Jelena Živković

Univerzitet u Nišu

Prirodno-matematički fakultet

Departman za geografiju

Niš

ODRŽIVI TURIZAM NA PROSTORU STARE PLANINE

Apstrakt

Održivi turizam predstavlja vid turizma koji generiše ekonomske koristi za lokalno stanovništvo, istovremeno vodeći računa o očuvanju ekosistema, kao i kulturne baštine receptivnog prostora. Povoljnu osnovu za održivi turizam pružaju ruralna područja koja su zadržala svoju prirodnu, socijalnu i kulturnu autohtonost. U radu se razmatraju uloga i značaj indikatora održivog turizma na prostoru Stare planine sa ciljem da ukažu na stanje i mogućnosti njenog razvoja.

Ključne reči: održivi turizam, indikatori održivog turizma, Stara planina

UVOD

Održivi razvoj se definiše kao razvoj određenih područja koji uključuje brigu o njihovoj zaštiti. Pojam održivog razvoja postao je integralni deo razvojnog planiranja i političkog odlučivanja od 1987. godine, kada je objavljen izveštaj Svetske komisije za razvoj i zaštitu životne sredine, poznatiji kao „Bruntland izveštaj“. Od objavljivanja izveštaja do danas održivi razvoj predstavlja jedan od ključnih elemenata u formulisanju i realizaciji razvojnih politika u svetu. Sredinom dvadesetih godina XX veka kontekst održivog razvoja počinje jasno da razgraničava ekonomske, socijalne, kulturne i komponente zaštite životne

sredine, sa jedne, i njihovo simultano dejstvo i sinergetske efekte, sa druge strane. Operacionalizacija navedenog koncepta i njegova dosledna primena u praksi usmerena je ka osiguranju dugoročnog razvoja ljudskog društva i očuvanju i unapređenju životne sredine, na način da se obezbedi satisfakcija potreba sadašnjih generacija, bez ugrožavanja mogućnosti satisfakcije potreba budućih generacija.

Danas, održivi razvoj se nalazi u središtu globalne, privredne, tehnološke, društvene i kulturne transformacije koja određuje granice između mogućeg i poželjnog. Konceptija održivog razvoja stekla je punu afirmaciju na Zemaljskom samitu u Rio de Žaneiru 1992. godine, kada su usvojene preporuke Bruntlendove komisije i kada je istaknuto da zaštita životne sredine mora da predstavlja deo privrednog i društvenog razvoja. Pored toga jedan od rezultata Samita bila je Agenda 21, kojom su se dale preporuke za održivo upravljanje zemljišnim, vodenim i šumskim resursima u XXI veku (Агенда 21, 91).

Turizam, kao i svaka delatnost, mora da uvažava zahteve životne sredine, kako bi njen razvoj bio dugoročan i kontinuiran. Održivi turizam predstavlja kompleksan koncept koji se manifestuje putem zaštite životne sredine, s jedne strane, i društvene odgovornosti, s druge strane. S tim u vezi, održivi razvoj turizma se temelji na maksimizaciji zadovoljstva turista uz istovremeno povećanje svesti o zaštiti i očuvanju prirodnih resursa i kulturne baštine.

Površina Stara planina (3.985 km²) prostire se na području opština Zaječar, Knjaževac, Pirot i Dimitrovgrad. Najveći deo planine je na području opština Knjaževac i Pirot.

Imajući u vidu očekivanu dinamiku rasta i razvoja koji bi trebalo da se ostvari u budućem periodu, turizam na prostoru Stare planine mora pažljivo i odgovorno da se planira i usmerava, kako bi se osigurala održivost turističkog privređivanja, kao i kontrolisano, efikasno i transparentno korišćenje i upravljanje raspoloživim prirodno-turističkim resursima. Cilj rada je da se na osnovu indikatora održivog turizma Evropske unije oceni stanje održivosti turizma na Staroj planini.

INDIKATORI ODRŽIVOG TURIZMA

Indikatori održivog turizma predstavljaju pokazatelje mogućeg razvoja na određenom prostoru. Proizilaze iz proširenja pojma održivosti i treba ih sprovoditi u praksi. Ovi indikatori se koriste za procenu izbora razvojnog procesa i pružaju okvir za vrednovanje postojećih situacija, kao i budućeg razvoja aktivnosti u oblasti turističkih usluga proizvodnje.

Primena indikatora može da se zasniva na sistemu kodiranja uz pomoć koga bi se utvrdile granične vrednosti za svaki indikator. Na osnovu njih stanje razvoja turizma može da se ocenjuje kao: kritično,

podnošljivo i održivo. Zbog toga ovi indikatori se svrstavaju u indikatore upozorenja (Јовичић 2002, 245).

Sistemom kodiranja i utvrđivanjem graničnih vrednosti formirane su crvena, žuta i zelena zona.

- **crvena zona** ukazuje da je stanje u turističkoj destinaciji kritično i da je neophodno preduzeti radikalne i efikasne mere radi otklanjanja nastalih negativnih posledica razvoja turizma;
- **žuta zona** označava da je situacija u turističkoj destinaciji relativno podnošljiva, ali da je neophodno kreirati preventivne mere u cilju otklanjanja potencijalnih uzroka koji mogu izazvati eventualne devijacije u turističkom razvoju i
- **zelena zona** prikazuje da je postojeće stanje u razvoju turističke destinacije održivo, što je rezultat kvalitetnog i efikasnog upravljanja razvojem turizma u prethodnom periodu.

OSNOVNA TURISTIČKO - GEOGRAFSKA OBELEŽJA STARE PLANINE

Stara planina predstavlja deo prostranog planinskog venca koji se naziva Karpatsko-balkanski planinski luk. Smeštena je između 43°06' i 43°53' severne geografske širine i između 22°18' i 23° istočne geografske dužine (Родић и Павловић 1994, 11). Reljef proučavanog prostora ima brdsko-planinski karakter, a diseciran je rekama Trgoviški Timok, Temštica, Visočica, kao i njihovim pritokama. Najveći deo proučavane teritorije se nalazi u hipsometrijskom pojasu od 200 do 2.000 m, odnosno do 2.169 m (Дакић 1967, 7).

Padavine su ravnomerno raspoređene tokom godine. Sa aspekta turizma, rekreacije i sporta, najznačajnija klimatska vrednost je vreme trajanja i kvalitet snežnog pokrivača (Братић и сар. 2011, 327). Srednje trajanje snežnog pokrivača u pojasu iznad 1.400 m nadmorske visine kreće se od 3 do 5 meseci, u zavisnosti od visine i ekspozicije, a na Midžoru i do 6 meseci. Prosečno trajanje snega veće debljine od 50 cm iznosi oko 70 dana, a srednja maksimalna visina snežnog pokrivača iznosi 110-150 cm. Zaključujemo da klima na prostoru Stare planine pogoduje razvoju zimskog, sportsko-rekreativnog turizma.

Prostor Stare planine, na predlog Zavoda za zaštitu prirode Srbije, Uredbom Vlade Republike Srbije, stavljen je pod zaštitu kao Park prirode 1997. godine (Службени Гласник РС 1997, 58). Time se 142.000 ha sa područja Stare planine svrstava u prvu kategoriju zaštite. Prema navodima iz obrazloženja potrebe o zaštiti, ono obuhvata područje izuzetne geološke raznovrsnosti, morfo-hidrološke diseciranosti, na kojem je razvijen i očuvan specifičan diverzitet flore i faune. Zahvaljujući ovoj raznovrsnosti stvoren je i održava se dragoceni tradicionalan način

života, čiji se elementi ogledaju u proizvodnim delatnostima, ali i bogatom kulturnom nasleđu, karakterističnom za Istočnu Srbiju.

Stara planina je strateškim dokumentima Srbije predviđena kao prioritetno područje za razvoj turizma. Međutim, navedeno predviđanje se najčešće jednoznačno povezuje sa razvojem ski-turizma, iako ima potencijala za razvoj i drugih vrsta turizma koje bi omogućile održivi razvoj turizma na ovom prostoru. Iz navedenih razloga, u nastavku rada posebna pažnja biće posvećena analizi indikatora održivog razvoja u cilju utvrđivanja stanja održivosti turizma na prostoru Stare planine.

Jedan od značajnijih kriterijuma prilikom izbora indikatora održivog turizma je mogućnost njihove praktične primene, odnosno mogućnost njihovog merenja. Sumirajući rezultate istraživanja u različitim turističkim destinacijama, grupa eksperata je predložila Evropskoj komisiji listu indikatora održivosti turističkog razvoja, koja se može primeniti na različitim destinacijama.

Indikatori održivog turizma se klasifikuju u:

- 1) ekonomske indikatore,
- 2) indikatore satisfakcije,
- 3) kulturne indikatore,
- 4) indikatore učešća turizma u lokalnom neto društvenom proizvodu i zapošljavanju ,
- 5) indikatore stanja životne sredine (Јовичић и Илић 2010, 280).

Ekonomski indikatori pokazuju ekonomske efekte razvoja turizma na određenom području i obuhvataju: sezonski karakter poslovanja, odnos broja noćenja turista i smeštajnih kapaciteta i koeficijent lokalnog turističkog uvećanja.

a) *Sezonski karakter poslovanja* je rezultat koncentracije turističke tražnje u određenom vremenskom periodu u toku godine. Sezonski karakter turističkog poslovanja prati jedan bitan problem, odnosno postavlja se pitanje kako iskoristiti smeštajne, saobraćajne i druge kapacitete u periodu van sezone. Ovaj problem je posebno izražen u planinskom turizmu, na primer na Kopaoniku, koji ima značajnu koncentraciju turista oko 60% u zimskim mesecima.

Sa stanovišta održivosti turističkog razvoja, situacija je idealna kada se u sezoni ostvaruje 30% ukupnog godišnjeg prometa. Međutim, navedena situacija nije moguća za razvijene turističke destinacije. Iz navedenog razloga, eksperti EU su utvrdili da sezonska koncentracija prometa do 40% u toku tri intenzivna meseca omogućava održivi razvoj turističke destinacije.

Destinacija Stara planina se nalazi u zelenoj zoni sa stanovišta sezonskog karaktera turističkog prometa. Podaci ukazuju na značajno ostvarivanje turističkog prometa od 37,4% godišnjeg prometa u tri zimska meseca. Prema kriterijumima Evropske unije ovo stanje je održivo i ukazuje na neophodnost preduzimanja mera da bi se ovakva raspodela

turističkog prometa zadržala i u narednom periodu kada se očekuje značajnije povećanje turističkog prometa. U tom smislu, neophodno je posebnu pažnju posvetiti instrumentima promociionog miksa u periodu sezone, ali i van sezone. Istovremeno, neophodno je povećanje turističkih sadržaja, odnosno neophodno je razvijati određene oblike turizma (lovni, manifestacioni, wellness turizam) u cilju povećanja turističkog prometa u periodu van sezone.

Analiza smeštajnih kapaciteta na Staroj planini ukazuje na činjenicu da dosadašnje stanje zadovoljava potrebe i obim sadašnjeg turističkog prometa (Bratić et al. 2011, 329). Međutim, u cilju razvoja turizma neophodno je posebnu pažnju posvetiti izgradnji novih i renoviranju postojećih smeštajnih kapaciteta.

b) *Odnos broja noćenja turista i smeštajnih kapaciteta* pokazuje stepen iskorišćenosti kapaciteta u određenoj turističkoj destinaciji. Prema podacima Statističkog zavoda Srbije za 2008. godinu, odnos broja noćenja (132.124)¹ i smeštajnih kapaciteta (1353) iznosio je 97,6 noćenja po ležaju, a to je rezultat koji, po tumačenju eksperata Evropske unije, ukazuje na značajno nizak stepen iskorišćenosti smeštajnih kapaciteta. Sa stanovišta ovog pokazatelja, Stara planina se nalazi u crvenoj zoni, što ukazuje na neophodnost preduzimanja hitnih mera u cilju povećanja stepena iskorišćenosti kapaciteta.

v) *Koeficijent lokalnog turističkog uvećavanja* obuhvata direktne, indirektna i multiplikovane efekte turizma na privredu i društvo određene destinacije. Turizam izaziva mnogostruke efekte u privredi i društvu uslovljavajući razvoj privrednih i neprivrednih delatnosti koje učestvuju u zadovoljavanju potreba domaćih i stranih turista. Bržim razvojem turizma njegovi efekti postaju sve brojniji i heterogeniji. Deluje na subjekte i činioce koji postoje u određenoj turističkoj destinaciji uključujući njeno stanovništvo, zaposlene, investitore itd, odnosno utiče na prosperitet svih subjekata koji zadovoljavaju potrebe turista, ali i na povećanje broja radnih mesta, uvećanje mase proizvedenih roba i usluga koje se ostvaruju u određenom vremenskom periodu čime se stimuliše privredni razvoj. U osnovi ekonomskog značaja turizma nalazi se trošenje novca turista koji su zaradili u mestu svog stalnog boravka u turističkoj destinaciji, a kao rezultat njihove potrošnje nastaju direktni, indirektni i multiplikovani ekonomski efekti.

S obzirom da još nije definisan način za pouzdanu matematičku operacionalizaciju koeficijenta multiplikacije, indikator se može posmatrati samo sa aspekta uticaja turizma na druge privredne delatnosti u turističkoj destinaciji i njihove uključenosti u turističku ponudu (Јовичић и Илић 2010, 283).

¹ Broj noćenja na Staroj planini predstavlja zbir noćenja u Pirotu, Dimitrovgradu, Zaječaru i Knjaževcu.

Posebnu pažnju ćemo posvetiti međuzavisnosti razvoja turizma i poljoprivrede na prostoru Stare planine. Za razvoj turizma veliki značaj ima povezivanje razvoja turizma i poljoprivrede. Turizam predstavlja jedinu privrednu delatnost koja na prostoru Stare planine može omogućiti razvoj poljoprivrede u pravcu njegovog adekvatnog valorizovanja putem smanjenja transportnih troškova i povećanja cena poljoprivrednih proizvoda. Sa druge strane, u cilju satisfakcije turista neophodni su lokalni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi, u odgovarajućoj količini i kvalitetu, geografskom poreklu, tradiciji, pakovanju, vremenskoj distribuciji i održivosti visokog kvaliteta, proizvedeni u dinamičnom odnosu sa prirodnom sredinom kojoj će takva proizvodnja obezbediti održivost u smislu očuvanja njene raznovrsnosti i kvaliteta u celini. Turizam bi trebalo da bude jedna od prioriternih razvojnih delatnosti na Staroj planini, jer samo ona može da omogući očuvanje prirode, odgovarajući nivo poljoprivrednih aktivnosti i očuvanje kulturnog nasleđa.

Indikator satisfakcije turista predstavlja termin koji razni autori pokušavaju da objasne. Među autorima ima različitih pogleda na pojam satisfakcije: dok je jedni smatraju kognitivnim mišljenjem koje analizira krajnji rezultat iskustva konzumiranja proizvoda, drugi u zadovoljstvu vide emocionalni odgovor na transakciju koja se dobija poređenjem rezultata proizvoda i postavljenog standarda pre čina kupovine, a za treće je satisfakcija sinonim za stanje raspoloženja zbog toga što su zadovoljene potrošačeve potrebe, želje i očekivanja (Chang 2008, 108).

Pizam (1999, 327) definiše satisfakciju potrošača kao psihološki koncept koji uključuje osećanje blagostanja i uživanja koji su posledica dobijanja onoga čemu se pojedinac nada i šta očekuje od kupljenog proizvoda ili usluge. Satisfakcija je subjektivno poređenje očekivanog i dobijenog iskustva konzumiranjem proizvoda ili usluge. Zbog toga ona nije univerzalni fenomen, jer niko ne dobija isto zadovoljstvo iz turističkog doživljaja (Pizam and Ellis 1999, 328). Za socijalnu psihologiju i marketing, satisfakcija potrošača predstavlja pozitivan rezultat konzumiranja roba i usluga, a pojavljuje se kao rezultat ispunjenih očekivanja. Satisfakcija je u vezi i sa ostalim faktorima ponašanja, kao što su motivacije, stavovi i uslužni susret (Jafari 2000, 520).

Ponovljene posete turista predstavljaju indikator održivog razvoja turizma, a pokazuju procentualno učešće turista koji su ponovo posetili određenu turističku destinaciju. Kada se posmatrani procenat kreće od 30 do 50%, posmatrana destinacija je atraktivna i zadovoljava potrebe turista. Ukoliko je procenat veći od 50%, satisfakcija turista se ostvaruje na višem nivou što pruža mogućnost nosiocima turističke politike da, zahvaljujući stečenoj reputaciji i kredibilitetu, pokušaju uticati na izmenu i prilagođavanje ponašanja turista uslovima lokalne sredine - veće korišćenje javnog prevoza umesto privatnog automobila, shvatanje heteroge-

nosti dugoročnih turističkih ciljeva u datoj oblasti i sl. (Јовичић и Илић 2010, 284).

Kulturni indikatori izražavaju stepen očuvanosti kulturnog identiteta lokalne zajednice, pod uticajem turista koji dolaze iz sredina sa drugačijim kulturnim osobenostima (Јовичић и Илић 2010, 285). Najzačajniji među njima su: odnos smeštajnih kapaciteta i broja lokalnog stanovništva i intenzitet turizma.

a) *Odnos smeštajnih kapaciteta i broja lokalnih stanovnika* predstavlja merljiv izraz mogućih uticaja turizma na održivost kulturnog identiteta turističkih destinacija. S tim u vezi prihvatljivom se može oceniti situacija ukoliko broj kreveta u odnosu na broj stanovnika nije veći od 1,5:1. Ukoliko su raspoloživi smeštajni kapaciteti veći za 1,6 puta u odnosu na broj stanovnika, situacija se može smatrati kritičnom, jer intenzivna turistička izgradnja vrši značajan pritisak na lokalnu ili regionalnu zajednicu.

Prema podacima, broj ležaja u domaćinstvima u 2008. godini iznosio je 1.553, a prema popisu stanovnika iz 2011. godine broj stanovnika na prostoru Stare planine iznosio je 157.416 stanovnika. Stavljanjem u odnos ova dva činioca dolazi se do proporcije od 0,009, koja ukazuje na održivu srazmeru koja govori o neznatnom uticaju turizma na kulturni identitet Stare planine.

b) *Intenzitet turizma* se iskazuje odnosom godišnjeg broja turističkih noćenja (izražen u hiljadama) i broja stanovnika (izražen u stotinama). Prema podacima o broju noćenja turista za 2011. godinu, ova proporcija je iznosila oko 0,71, što znači da stanovništvo i njegov kulturni identitet nisu bili pod pritiskom turista (Републички завод за статистику 2011, 18,234). Ruralna područja u Srbiji predstavljaju specifične prostore gde promet turista ne ostvaruje velike razmere i ne ugrožava životnu sredinu i kulturni identitet stanovnika.

Indikator učešće turizma u lokalnom neto društvenom proizvodu i zaposlenosti pokazuje doprinos turizma ostvarivanju nacionalnog dohotka i zaposlenosti lokalne ekonomije. Povećanje potrošnje domaćih turista doprinosi povećanju dohotka turističke destinacije ako se ona posmatra kao turističko mesto za razliku od države kao celine, dok potrošnja stranih turista u receptivnoj državi doprinosi povećanju ukupnog dohotka (Петровић 2007, 143). Učešće hotela i restorana u narodnom dohotku opština na prostoru Stare planine se kreće od 0,9% u Knjaževcu do 5,4% u Dimitrovgradu (Републички завод за статистику 2005, 141). Slična situacija je i sa učešćem hotela i restorana u ukupnoj zaposlenosti na posmatranom prostoru. Na osnovu navedenog se može izvesti zaključak da turizam ne predstavlja dominantnu delatnost na posmatranom prostoru i da je neophodno preduzeti mere u cilju razvoja turizma.

Indikatori stanja životne sredine pokazuju procenat zemljišta na kome je izgradnja dozvoljena, ali nije realizovana, procentualna promena u izgrađenosti područja u toku 5 godina.

Ukupna površina Stare planine iznosi 1.541,9 km² i čini je:

- poljoprivredno zemljište 840,62 km²,
- šume i šumsko zemljište 612,50 km²,
- ostalo zemljište 88,78 km² (vidi tabelu 1).

Tabela 1 – Bilans površine planirane namene prostora Stare planine

Osnovna namena prostora	Stanje 2006. godine		Promena osnovne namene prostora do 2022. godine			
			Pošumljavanje	Turizam	Planirana namena	
	km ²	%	km ²	km ²	km ²	%
Poljoprivredno zemljište	840,62	54,5	-75,54	-3,08	762,01	49,4
Šumsko zemljište	612,50	39,7	+75,54	0	688,04	44,6
Ostalo zemljište	88,78	5,8	0	+3,08	91,86	5,9
Područje plana	1.541,9	100			1.541,9	100

Izvor: Просторни план подручја Парка природе и туристичке регије Стара планина 2007, 147.

Planirane promene u bilansu namene prostora do 2022. godine najviše će se odraziti na poljoprivredno zemljište koje će se smanjiti za 78,61 km² (9,3%) i iznosiće 762,01 km² ili 49,4 % područja Stare planine. Za potrebe razvoja turizma nameniće se 3,08 km² poljoprivrednog zemljišta, dok će 75,54 km² površina biti pošumljeno, u cilju zaustavljanja erozije, zaštite slivnog područja vodoakumulacije “Zavoj” i lokalnih izvorišta i unapređenja biodiverziteta, ne samo u višim planinskim predelima, već i u okolini seoskih naselja, na zemljištu najnižeg proizvodno-ekonomskog potencijala.

Ostalo zemljište obuhvata: građevinsko zemljište, površinu pod vodoakumulacijom „Zavoj” i vodotocima, kao i neplodne površine. U kategoriju građevinskog zemljišta, pored postojećih površina, uključeni su i prostori predviđeni za: izgradnju i uređenje turističkih centara i naselja, stanovanje, javne objekte i površine i infrastrukturu.

Građevinsko zemljište povećaće se sa 88,78 km² na 91,86 km² (ili 3,5%) i iznosiće oko 5,9% ukupne površine područja Stare planine. U pogledu procenta zemljišta koje čeka na izgradnju turističkih objekata u skladu sa važećim planskim dokumentima, prostor Stare planine se nalazi u zavidnom položaju. Budući da planirani procenat iznosi 3,5%, ovo stanje se može oceniti kao održivo (zelena zona).

Drugi indikator stanja životne sredine je promena namene poljoprivrednog zemljišta u periodu od 5 godina. Iskustva govore da je svaka transformacija poljoprivrednog zemljišta u druge namene tokom pet godina u stepenu većem od 2% zabrinjavajuća i da je potrebno ovakve trendove usporiti preduzimanjem određenih mera (Јовић 2010, 163). U slučaju Stare planine zastupljeni pokazatelj (meren procentom povećanja turističkih kapaciteta) u razdoblju od 2006. do 2022. godine iznosi 3,08 %. Budući da se radi o petnaestogodišnjem periodu, navedeno povećanje turističkih kapaciteta na račun smanjenja poljoprivrednog zemljišta je prihvatljivo.

ZAKLJUČAK

Rezultati do kojih se došlo ovom analizom samo delimično zadovoljavaju kriterijume održivog turizma koje su propisali eksperti Evropske unije. Kada je reč o ekonomskim indikatorima, oni delimično ne zadovoljavaju propisane kriterijume. Sa stanovišta sezonskog karaktera turističkog prometa, Stara planina se nalazi u zelenoj zoni, dok se sa stanovišta odnosa broja noćenja turista i smeštajnih kapaciteta nalazi u crvenoj zoni. Povećanje kvantiteta i kvaliteta turističke ponude, kao i odgovarajuća strategija promocije turističke destinacije Stara planina može doprineti povećanju broja turista i njihovih noćenja.

Kulturni indikatori i indikatori stanja životne sredine u ovom trenutku zadovoljavaju kriterijume Evropske unije, odnosno pripadaju zelenoj zoni, što se smatra održivim razvojem. Međutim, problem se javlja kod indikatora učešća turizma u ukupnoj zaposlenosti i društvenom dohotku, jer učešće turizma u narodnom dohotku i zaposlenosti je veoma malo na prostoru Stare planine, odnosno u Pirotu, Dimitrovgradu, Zaječaru i Knjaževcu. Neophodno je da država stimulativnim merama podstiče rast i razvoj turizma na ovom prostoru u budućem periodu.

Prilikom analize rezultata do kojih se došlo i njihovom komparacijom sa drugim destinacijama neophodno je imati u vidu da turizam na prostoru Stare planine nije još uvek razvijen u meri koja bi uzrokovala ozbiljnije ekološke i socio-kulturne poremećaje. U budućem periodu, tokom razvoja Stare planine kao turističke destinacije neophodno je postojanje sklada između ekonomskih i ekoloških ciljeva razvoja turizma. Za ostvarivanje održivosti, odnosno za poboljšanje kvaliteta života stanovnika turističke destinacije, postizanje većeg kvaliteta isporučenih turističkih usluga turistima i održavanje kvaliteta životne sredine, od koje zavise i turistička destinacija i turisti, bitna su tri oblika održivosti: ekonomska održivost, socio-kulturna održivost i ekološka održivost.

Prilikom planiranja razvoja turizma na prostoru Stare planine neophodno je imati u vidu savremene tendencije na turističkom tržištu i

raspoložive potencijale. Posebno su značajne tendencije u okvirima domaće i inostrane tražnje:

- 1) povećava se tražnja za kontinentalnim prirodnim destinacijama sa očuvanim i zaštićenim kulturno-istorijskim vrednostima;
- 2) preventivna zaštita i unapređenje zdravlja ljudi postaje primarni zadatak stanovništva razvijenih država;
- 3) poseban značaj se pridaje odmoru i rekreaciji u zaštićenoj prirodi.

Održivi turizam Stare planine je cilj kome treba dugoročno težiti. Neophodno je kontinuirano kretanje u tom pravcu jer jedino ono omogućava očuvanje osnovnog resursa na kojem počiva razvoj turizma – prirode, odnosno životne sredine. Uporedo sa promenama ponašanja i zahteva turista neophodan je i proces prilagođavanja Stare planine kao turističke destinacije uslovima turbulencije i globalizacije. To će i biti osnova koja će predodrediti mogućnosti za postizanje održive konkurentske prednosti i održivog turizma.

LITERATURA

- Братић, М. и сар. 2011. Стање и перспективе развоја туризма на простору Старе планине. *Економске теме* 2: 323-37.
- Глигоријевић, Ж. и Петровић, Ј. 2008. Одрживи развој туризма на територији града Ниша. *Економика* 54(5-6): 58-64.
- Глигоријевић, Ж. и Петровић, Ј. 2009. Tourism – factor of integration and development of European continent. *Facta Universitatis (Series Economics and Organization)* 6(2): 123-30.
- Дакић, Б. 1967. *Сокобањска котлина - економско географска студија*. Београд: Географски институт Јован Цвијић.
- Jafari, J. 2002. *Encyclopedia of Tourism*. New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- Јовичић, Д. и Илић, Т. 2010. Индикатори одрживог туризма. *Гласник Српског географског друштва* 91(1): 283-305.
- Јовичић, Д. 2002. *Менаџмент туристичке дестинације*. Београд: Желнид.
- Muller, H. 1993. *Challenges in Our Time and Their Consequences for Tourism Management*. Bern: Research Institute for Leisure Time and Tourism.
- Општине у Србији*. 2004, 2011. Београд: Републички завод за статистику.
- Павловић, М. и сар. 2009. Одрживи развој бањског туризма у Србији. *Индустрија* 37(2): 37 – 57.
- Петровић, Ј. 2007. Директни макроекономски ефекти развоја туризма у водећим туристичким државама Медитерана. *Зборник радова Географског факултета* 55: 139-50.
- Петровић, Ј. и Петровић, Н. 2009. Управљање знањем у функцији одрживог развоја. *Заштита животне средине у индустријским подручјима* 2: 552-58.
- Pizam, A. and Ellis T. 1999. Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International Journal of Centemporary Hospitality Management* 11(7): 326-39.
- Pizam, A. 1999. The American Group Tourist as Viewed by British, Israeli, Korean and Dutch Tour Guides. *Journal of Travel Research* 38(2): 119-26.

- Родић, Д. и Павловић, М. 1994. *Географија Југославије*. Београд: Савремена Администрација.
- Chang, J. C. 2008. Tourists's Satisfaction Judgments: An Investigation of Emotion, Equity and Attribution. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 32(1):108-34

Jelena Petrović, Marija Bratić, Jelena Živković, University of Niš, Faculty of Sciences and Mathematics, Department of Geography, Niš

SUSTAINABLE TOURISM IN THE STARA PLANINA MOUNTAIN AREA

Abstract

Sustainable tourism represents a form of tourism that generates economic benefits for the local community while taking into account the preservation of the ecosystems and cultural heritage of the area. A favorable base for sustainable tourism is provided by those rural areas that have retained their natural, social and cultural authenticity. This paper discusses the role and significance of the indicators of sustainable tourism in the Stara Planina Mountain area, and discusses the state of affairs and the possibilities for its development.

Key words: Sustainable Tourism, Indicators of Sustainable Tourism, Stara Planina Mountain.

