

| | | | | | | |
|----|----------|-------|--------------|-----|-------------|-------|
| ТМ | Г. XXXVI | Бр. 2 | Стр. 773-784 | Ниш | април - јун | 2012. |
|----|----------|-------|--------------|-----|-------------|-------|

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

Стручни рад

Примљено: 22. 02. 2012.

Ревидирана верзија: 27. 04. 2012.

Јелена Петровић

Марија Братић

Јелена Живковић

Универзитет у Нишу

Природно-математички факултет

Департман за географију

Ниш

ОДРЖИВИ ТУРИЗАМ НА ПРОСТОРУ СТАРЕ ПЛАНИНЕ

Апстракт

Одрживи туризам представља вид туризма који генерише економске користи за локално становништво, истовремено водећи рачуна о очувању екосистема, као и културне баштине рецептивног простора. Повољну основу за одрживи туризам пружају рурална подручја која су задржала своју природну, социјалну и културну аутохтоност. У раду се разматрају улога и значај индикатора одрживог туризма на простору Старе планине са циљем да укажу на стање и могућности њеног развоја.

Кључне речи: одрживи туризам, индикатори одрживог туризма, Стара планина

УВОД

Одрживи развој се дефинише као развој одређених подручја који укључује бригу о њиховој заштити. Појам одрживог развоја постао је интегрални део развојног планирања и политичког одлучивања од 1987. године, када је објављен извештај Светске комисије за развој и заштиту животне средине, познатији као „Брунтланд извештај“. Од објављивања извештаја до данас одрживи развој представља један од кључних елемената у формулисању и реализацији раз-

војних политика у свету. Средином двадесетих година XX века контекст одрживог развоја почиње јасно да разграничава економске, социјалне, културне и компоненте заштите животне средине, са једне, и њихово симултано дејство и синергетске ефекте, са друге стране. Операционализација наведеног концепта и његова доследна примена у пракси усмерена је ка осигурању дугорочног развоја људског друштва и очувању и унапређењу животне средине, на начин да се обезбеди сатисфакција потреба садашњих генерација, без угрожавања могућности сатисфакције потреба будућих генерација.

Данас, одрживи развој се налази у средишту глобалне, привредне, технолошке, друштвене и културне трансформације која одређује границе између могућег и пожељног. Концепција одрживог развоја стекла је пуну афирмацију на Земаљском самиту у Рио де Жанеиру 1992. године, када су усвојене препоруке Брунтлендове комисије и када је истакнуто да заштита животне средине мора да представља део привредног и друштвеног развоја. Поред тога један од резултата Самита била је Агенда 21, којом су се дале препоруке за одрживо управљање земљишним, воденим и шумским ресурсима у XXI веку (Агенда 21, 91).

Туризам, као и свака делатност, мора да уважава захтеве животне средине, како би њен развој био дугорочан и континуиран. Одрживи туризам представља комплексан концепт који се манифестује путем заштите животне средине, с једне стране, и друштвене одговорности, с друге стране. С тим у вези, одрживи развој туризма се темељи на максимизацији задовољства туриста уз истовремено повећање свести о заштити и очувању природних ресурса и културне баштине.

Површина Стара планина (3.985 km²) простире се на подручју општина Зајечар, Књажевац, Пирот и Димитровград. Највећи део планине је на подручју општина Књажевац и Пирот.

Имајући у виду очекивану динамику раста и развоја који би требало да се оствари у будућем периоду, туризам на простору Старе планине мора пажљиво и одговорно да се планира и усмерава, како би се осигурала одрживост туристичког привређивања, као и контролисано, ефикасно и транспарентно коришћење и управљање расположивим природно-туристичким ресурсима. Циљ рада је да се на основу индикатора одрживог туризма Европске уније оцени стање одрживости туризма на Старој планини.

ИНДИКАТОРИ ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА

Индикатори одрживог туризма представљају показатеље могућег развоја на одређеном простору. Произилазе из проширења појма одрживости и треба их спроводити у пракси. Ови индикатори се користе за процену избора развојног процеса и пружају оквир за вре-

дновање постојећих ситуација, као и будућег развоја активности у области туристичких услуга производње.

Примена индикатора може да се заснива на систему кодирања уз помоћ кога би се утврдиле граничне вредности за сваки индикатор. На основу њих стање развоја туризма може да се оцењује као: критично, подношљиво и одрживо. Због тога ови индикатори се сврставају у индикаторе упозорења (Јовичић 2002, 245).

Системом кодирања и утврђивањем граничних вредности формиране су црвена, жута и зелена зона.

- **црвена зона** указује да је стање у туристичкој дестинацији критично и да је неопходно предузети радикалне и ефикасне мере ради отклањања насталих негативних последица развоја туризма;
- **жута зона** означава да је ситуација у туристичкој дестинацији релативно подношљива, али да је неопходно креирати превентивне мере у циљу отклањања потенцијалних узрока који могу изазвати евентуалне девијације у туристичком развоју и
- **зелена зона** приказује да је постојеће стање у развоју туристичке дестинације одрживо, што је резултат квалитетног и ефикасног управљања развојем туризма у претходном периоду.

ОСНОВНА ТУРИСТИЧКО - ГЕОГРАФСКА ОБЕЛЕЖЈА СТАРЕ ПЛАНИНЕ

Стара планина представља део пространог планинског венца који се назива Карпатско-балкански планински лук. Смештена је између 43°06' и 43°53' северне географске ширине и између 22°18' и 23° источне географске дужине (Родић и Павловић 1994, 11). Рељеф проучаваног простора има брдско-планински карактер, а дисециран је рекама Трговишки Тимок, Темштица, Височица, као и њиховим притокама. Највећи део проучаване територије се налази у хипсометријском појасу од 200 до 2.000 m, односно до 2.169 m (Дакић 1967, 7).

Падавине су равномерно распоређене током године. Са аспекта туризма, рекреације и спорта, најзначајнија климатска вредност је време трајања и квалитет снежног покривача (Братић и сар. 2011, 327). Средње трајање снежног покривача у појасу изнад 1.400 m надморске висине креће се од 3 до 5 месеци, у зависности од висине и експозиције, а на Миџору и до 6 месеци. Просечно трајање снега веће дебљине од 50 cm износи око 70 дана, а средња максимална висина снежног покривача износи 110-150 cm. Закључујемо да клима на простору Старе планине погодује развоју зимског, спортско-рекреативног туризма.

Простор Старе планине, на предлог Завода за заштиту природе Србије, Уредбом Владе Републике Србије, стављен је под зашти-

ту као Парк природе 1997. године (Службени Гласник РС 1997, 58). Тиме се 142.000 ha са подручја Старе планине сврстава у прву категорију заштите. Према наводима из образложења потребе о заштити, оно обухвата подручје изузетне геолошке разноврсности, морфо-хидролошке дисецираности, на којем је развијен и очуван специфичан диверзитет флоре и фауне. Захваљујући овој разноврсности створен је и одржава се драгоцен традиционалан начин живота, чији се елементи огледају у производним делатностима, али и богатом културном наслеђу, карактеристичном за Источну Србију.

Стара планина је стратешким документима Србије предвиђена као приоритетно подручје за развој туризма. Међутим, наведено предвиђање се најчешће једнозначно повезује са развојем ски-туризма, иако има потенцијала за развој и других врста туризма које би омогућиле одрживи развој туризма на овом простору. Из наведених разлога, у наставку рада посебна пажња биће посвећена анализи индикатора одрживог развоја у циљу утврђивања стања одрживости туризма на простору Старе планине.

Један од значајнијих критеријума приликом избора индикатора одрживог туризма је могућност њихове практичне примене, односно могућност њиховог мерења. Сумирајући резултате истраживања у различитим туристичким дестинацијама, група експерата је предложила Европској комисији листу индикатора одрживости туристичког развоја, која се може применити на различитим дестинацијама.

Индикатори одрживог туризма се класификују у:

- 1) економске индикаторе,
- 2) индикаторе сатисфакције,
- 3) културне индикаторе,
- 4) индикаторе учешћа туризма у локалном нето друштвеном производу и запошљавању,
- 5) индикаторе стања животне средине (Јовичић и Илић 2010, 280).

Економски индикатори показују економске ефекте развоја туризма на одређеном подручју и обухватају: сезонски карактер пословања, однос броја ноћења туриста и смештајних капацитета и коефицијент локалног туристичког увећања.

а) *Сезонски карактер пословања* је резултат концентрације туристичке тражње у одређеном временском периоду у току године. Сезонски карактер туристичког пословања прати један битан проблем, односно поставља се питање како искористити смештајне, саобраћајне и друге капацитете у периоду ван сезоне. Овај проблем је посебно изражен у планинском туризму, на пример на Копаонику, који има значајну концентрацију туриста око 60% у зимским месецима.

Са становишта одрживости туристичког развоја, ситуација је идеална када се у сезони остварује 30% укупног годишњег промета. Међутим, наведена ситуација није могућа за развијене туристичке дестинације. Из наведеног разлога, експерти ЕУ су утврдили да сезонска концентрација промета до 40% у току три интензивна месеца омогућава одрживи развој туристичке дестинације.

Дестинација Стара планина се налази у зеленој зони са становишта сезонског карактера туристичког промета. Подаци указују на значајно остваривање туристичког промета од 37,4% годишњег промета у три зимска месеца. Према критеријумима Европске уније ово стање је одрживо и указује на неопходност предузимања мера да би се оваква расподела туристичког промета задржала и у наредном периоду када се очекује значајније повећање туристичког промета. У том смислу, неопходно је посебну пажњу посветити инструментима промоционог микса у периоду сезоне, али и ван сезоне. Истовремено, неопходно је повећање туристичких садржаја, односно неопходно је развијати одређене облике туризма (ловни, манифестациони, wellness туризам) у циљу повећања туристичког промета у периоду ван сезоне.

Анализа смештајних капацитета на Старој планини указује на чињеницу да досадашње стање задовољава потребе и обим садашњег туристичког промета (Братић et al. 2011, 329). Међутим, у циљу развоја туризма неопходно је посебну пажњу посветити изградњи нових и реновирању постојећих смештајних капацитета.

б) *Однос броја ноћења туриста и смештајних капацитета* показује степен искоришћености капацитета у одређеној туристичкој дестинацији. Према подацима Статистичког завода Србије за 2008. годину, однос броја ноћења (132.124)¹ и смештајних капацитета (1353) износио је 97,6 ноћења по лежају, а то је резултат који, по тумачењу експерата Европске уније, указује на значајно низак степен искоришћености смештајних капацитета. Са становишта овог показатеља, Стара планина се налази у црвеној зони, што указује на неопходност предузимања хитних мера у циљу повећања степена искоришћености капацитета.

в) *Коефицијент локалног туристичког увећавања* обухвата директне, индиректне и мултипликоване ефекте туризма на привреду и друштво одређене дестинације. Туризам изазива многоструке ефекте у привреди и друштву условљавајући развој привредних и непривредних делатности које учествују у задовољавању потреба домаћих и страних туриста. Бржим развојем туризма његови ефекти постају све бројнији и хетерогенији. Делује на субјекте и чиниоце

¹ Број ноћења на Старој планини представља збир ноћења у Пироту, Димитровграду, Зајечару и Књажевцу.

који постоје у одређеној туристичкој дестинацији укључујући њено становништво, запослене, инвеститоре итд, односно утиче на просперитет свих субјеката који задовољавају потребе туриста, али и на повећање броја радних места, увећање масе произведених роба и услуга које се остварују у одређеном временском периоду чиме се стимулише привредни развој. У основи економског значаја туризма налази се трошење новца туриста који су зарадили у месту свог сталног боравка у туристичкој дестинацији, а као резултат њихове потрошње настају директни, индиректни и мултипликовани економски ефекти.

С обзиром да још није дефинисан начин за поуздану математичку операционализацију коефицијента мултипликације, индикатор се може посматрати само са аспекта утицаја туризма на друге привредне делатности у туристичкој дестинацији и њихове укључености у туристичку понуду (Јовичић и Илић 2010, 283).

Посебну пажњу ћемо посветити међузависности развоја туризма и пољопривреде на простору Старе планине. За развој туризма велики значај има повезивање развоја туризма и пољопривреде. Туризам представља једину привредну делатност која на простору Старе планине може омогућити развој пољопривреде у правцу његовог адекватног валоризовања путем смањења транспортних трошкова и повећања цена пољопривредних производа. Са друге стране, у циљу сатисфакције туриста неопходни су локални пољопривредно-прехрамбени производи, у одговарајућој количини и квалитету, географском пореклу, традицији, паковању, временској дистрибуцији и одрживости високог квалитета, произведени у динамичном односу са природном средином којој ће таква производња обезбедити одрживост у смислу очувања њене разноврсности и квалитета у целини. Туризам би требало да буде једна од приоритетних развојних делатности на Старој планини, јер само она може да омогући очување природе, одговарајући ниво пољопривредних активности и очување културног наслеђа.

Индикатор сатисфакције туриста представља термин који разни аутори покушавају да објасне. Међу ауторима има различитих погледа на појам сатисфакције: док је једни сматрају когнитивним мишљењем које анализира крајњи резултат искуства конзумирања производа, други у задовољству виде емоционални одговор на трансакцију која се добија поређењем резултата производа и постављеног стандарда пре чина куповине, а за треће је сатисфакција синоним за стање расположења због тога што су задовољене потрошачеве потребе, жеље и очекивања (Chang 2008, 108).

Pizam (1999, 327) дефинише сатисфакцију потрошача као психолошки концепт који укључује осећање благостања и уживања који су последица добијања онога чему се појединац нада и шта очекује од купљеног производа или услуге. Сатисфакција је субјективно по-

ређење очекиваног и добијеног искуства конзумирањем производа или услуге. Због тога она није универзални феномен, јер нико не добија исто задовољство из туристичког доживљаја (Pizam and Ellis 1999, 328). За социјалну психологију и маркетинг, сатисфакција потрошача представља позитиван резултат конзумирања роба и услуга, а појављује се као резултат испуњених очекивања. Сатисфакција је у вези и са осталим факторима понашања, као што су мотивације, ставови и услужни сусрет (Jafari 2000, 520).

Поновљене посете туриста представљају индикатор одрживог развоја туризма, а показују процентуално учешће туриста који су поново посетили одређену туристичку дестинацију. Када се посматра ни проценат креће од 30 до 50%, посматрана дестинација је атрактивна и задовољава потребе туриста. Уколико је проценат већи од 50%, сатисфакција туриста се остварује на вишем нивоу што пружа могућност носиоцима туристичке политике да, захваљујући стеченој репутацији и кредибилитету, покушају утицати на измену и прилагођавање понашања туриста условима локалне средине - веће коришћење јавног превоза уместо приватног аутомобила, схватање хетерогености дугорочних туристичких циљева у датој области и сл. (Јовичић и Илић 2010, 284).

Културни индикатори изражавају степен очуваности културног идентитета локалне заједнице, под утицајем туриста који долазе из средина са другачијим културним особеностима (Јовичић и Илић 2010, 285). Најзначајнији међу њима су: однос смештајних капацитета и броја локалног становништва и интензитет туризма.

а) *Однос смештајних капацитета и броја локалних становника* представља мерљив израз могућих утицаја туризма на одрживост културног идентитета туристичких дестинација. С тим у вези прихватљивом се може оценити ситуација уколико број кревета у односу на број становника није већи од 1,5:1. Уколико су расположиви смештајни капацитети већи за 1,6 пута у односу на број становника, ситуација се може сматрати критичном, јер интензивна туристичка изградња врши значајан притисак на локалну или регионалну заједницу.

Према подацима, број лежаја у домаћинствима у 2008. години износио је 1.553, а према попису становника из 2011. године број становника на простору Старе планине износио је 157.416 становника. Стављањем у однос ова два чиниоца долази се до пропорције од 0,009, која указује на одрживу сразмеру која говори о незнатном утицају туризма на културни идентитет Старе планине.

б) *Интензитет туризма* се исказује односом годишњег броја туристичких ноћења (изражен у хиљадама) и броја становника (изражен у стотинама). Према подацима о броју ноћења туриста за 2011. годину, ова пропорција је износила око 0,71, што значи да становништво и његов културни идентитет нису били под притиском туриста

(Републички завод за статистику 2011, 18,234). Рурална подручја у Србији представљају специфичне просторе где промет туриста не остварује велике размере и не угрожава животну средину и културни идентитет становника.

Индикатор учешће туризма у локалном нето друштвеном производу и запослености показује допринос туризма остваривању националног дохотка и запослености локалне економије. Повећање потрошње домаћих туриста доприноси повећању дохотка туристичке дестинације ако се она посматра као туристичко место за разлику од државе као целине, док потрошња страних туриста у рецептивној држави доприноси повећању укупног дохотка (Петровић 2007, 143). Учешће хотела и ресторана у народном дохотку општина на простору Старе планине се креће од 0,9% у Књажевцу до 5,4% у Димитровграду (Републички завод за статистику 2005, 141). Слична ситуација је и са учешћем хотела и ресторана у укупној запослености на посматраном простору. На основу наведеног се може извести закључак да туризам не представља доминантну делатност на посматраном простору и да је неопходно предузети мере у циљу развоја туризма.

Индикатори стања животне средине показују проценат земљишта на коме је изградња дозвољена, али није реализована, процентуална промена у изграђености подручја у току 5 година.

Укупна површина Старе планине износи 1.541,9 км² и чини је:

- пољопривредно земљиште 840,62 км²,
- шуме и шумско земљиште 612,50 км²,
- остало земљиште 88,78 км² (види табелу 1).

Табела 1 – Биланс површине планиране намене простора Старе планине

| Основна намена простора | Стање 2006. године | | Промена основне намене простора до 2022. године | | | |
|-------------------------|--------------------|------|---|-----------------|------------------|------|
| | | | Пошумљавање | Туризам | Планирана намена | |
| | км ² | % | км ² | км ² | км ² | % |
| Пољопривредно земљиште | 840,62 | 54,5 | -75,54 | -3,08 | 762,01 | 49,4 |
| Шумско земљиште | 612,50 | 39,7 | +75,54 | 0 | 688,04 | 44,6 |
| Остало земљиште | 88,78 | 5,8 | 0 | +3,08 | 91,86 | 5,9 |
| Подручје плана | 1.541,9 | 100 | | | 1.541,9 | 100 |

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

Планиране промене у билансу намене простора до 2022. године највише ће се одразити на пољопривредно земљиште које ће се смањити за 78,61 km² (9,3%) и износиће 762,01 km² или 49,4 % подручја Старе планине. За потребе развоја туризма намениће се 3,08 km² пољопривредног земљишта, док ће 75,54 km² површина бити пошумљено, у циљу заустављања ерозије, заштите сливног подручја водоакумулације “Завој” и локалних изворишта и унапређења биодиверзитета, не само у вишим планинским пределима, већ и у околини сеоских насеља, на земљишту најнижег производно-економског потенцијала.

Остало земљиште обухвата: грађевинско земљиште, површину под водоакумулацијом „Завој” и водотоцима, као и неплодне површине. У категорију грађевинског земљишта, поред постојећих површина, укључени су и простори предвиђени за: изградњу и уређење туристичких центара и насеља, становање, јавне објекте и површине и инфраструктуру.

Грађевинско земљиште повећаће се са 88,78 km² на 91,86 km² (или 3,5%) и износиће око 5,9% укупне површине подручја Старе планине. У погледу процента земљишта које чека на изградњу туристичких објеката у складу са важећим планским документима, простор Старе планине се налази у завидном положају. Будући да планирани проценат износи 3,5%, ово стање се може оценити као одрживо (зелена зона).

Други индикатор стања животне средине је промена намене пољопривредног земљишта у периоду од 5 година. Искуства говоре да је свака трансформација пољопривредног земљишта у друге намене током пет година у степену већем од 2% забрињавајућа и да је потребно овакве трендове успорити предузимањем одређених мера (Јовић 2010, 163). У случају Старе планине заступљени показатељ (мерен процентом повећања туристичких капацитета) у раздобљу од 2006. до 2022. године износи 3,08 %. Будући да се ради о петнаестогодишњем периоду, наведено повећање туристичких капацитета на рачун смањења пољопривредног земљишта је прихватљиво.

ЗАКЉУЧАК

Резултати до којих се дошло овом анализом само делимично задовољавају критеријуме одрживог туризма које су прописали експерти Европске уније. Када је реч о економским индикаторима, они делимично не задовољавају прописане критеријуме. Са становишта сезонског карактера туристичког промета, Стара планина се налази у зеленој зони, док се са становишта односа броја ноћења туриста и смештајних капацитета налази у црвеној зони. Повећање квантитета и квалитета туристичке понуде, као и одговарајућа стратегија промо-

ције туристичке дестинације Стара планина може допринети повећању броја туриста и њихових ноћења.

Културни индикатори и индикатори стања животне средине у овом тренутку задовољавају критеријуме Европске уније, односно припадају зеленој зони, што се сматра одрживим развојем. Међутим, проблем се јавља код индикатора учешћа туризма у укупној запослености и друштвеном дохотку, јер учешће туризма у народном дохотку и запослености је веома мало на простору Старе планине, односно у Пироту, Димитровграду, Зајечару и Књажевцу. Неопходно је да држава стимулативним мерама подстиче раст и развој туризма на овом простору у будућем периоду.

Приликом анализе резултата до којих се дошло и њиховом компарацијом са другим дестинацијама неопходно је имати у виду да туризам на простору Старе планине није још увек развијен у мери која би узроковала озбиљније еколошке и социо-културне поремећаје. У будућем периоду, током развоја Старе планине као туристичке дестинације неопходно је постојање склада између економских и еколошких циљева развоја туризма. За остваривање одрживости, односно за побољшање квалитета живота становника туристичке дестинације, постизање већег квалитета испоручених туристичких услуга туристима и одржавање квалитета животне средине, од које зависе и туристичка дестинација и туристи, битна су три облика одрживости: економска одрживост, социо-културна одрживост и еколошка одрживост.

Приликом планирања развоја туризма на простору Старе планине неопходно је имати у виду савремене тенденције на туристичком тржишту и расположиве потенцијале. Посебно су значајне тенденције у оквирима домаће и иностране тражње:

- 1) повећава се тражња за континенталним природним дестинацијама са очуваним и заштићеним културно-историјским вредностима;
- 2) превентивна заштита и унапређење здравља људи постаје примарни задатак становништва развијених држава;
- 3) посебан значај се придаје одмору и рекреацији у заштићеној природи.

Одрживи туризам Старе планине је циљ коме треба дугорочно тежити. Неопходно је континуирано кретање у том правцу јер једино оно омогућава очување основног ресурса на којем почива развој туризма – природе, односно животне средине. Упоредо са променама понашања и захтева туриста неопходан је и процес прилагођавања Старе планине као туристичке дестинације условима турбуленције и глобализације. То ће и бити основа која ће предодредити могућности за постизање одрживе конкурентске предности и одрживог туризма.

ЛИТЕРАТУРА

- 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 an 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.