



УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ
ДЕПАРТМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ
И ХОТЕЛИЈЕРСТВО



Тамара Божовић

**МОГУЋНОСТ ПРИМЕНЕ КОНЦЕПТА СПОРОГ
ТУРИЗМА И СТВАРАЊА ЈЕДИНСТВЕНОГ
ТУРИСТИЧКОГ ПРОИЗВОДА ЗАСНОВАНОГ НА
СТАВОВИМА ЛОКАЛНИХ ЗАЈЕДНИЦА РЕГИЈЕ
ЗАПАДНА СРБИЈА**

-Докторска дисертација-

Нови Сад, 2023. године

ПРЕДГОВОР

Писање докторске дисертације под насловом: „Могућност примене концепта спорог туризма и стварања јединственог туристичког производа заснованог на ставовима локалних заједница регије Западна Србија“ мотивисан је дугогодишњим интересовањем аутора за аспекте повезаности руралног, културног и одрживог туризма. Како концепт, теоријске основе и практична искуства показују да спори туризам представља несумљиви спој поменутих врста туризма, јавила се жеља и потреба да се изврши детаљно истраживање, напише рад и објави студија која би, по први пут у Западној Србији и читавој Србији, теоријски и емпиријски пружила научне и практичне оквире за овај вид туризма селективних интересовања. Истраживање на тему спорог туризма представљао је наредни корак након дугогодишњег и преданог истраживања руралног и културног туризма, и интересовања аутора за потенцијале регије Западна Србија. Реченица Еткина Кларка (Etkin Clark), директора Европске фондације за заштиту природе и националних паркова: „*Овако ја замишљам рај*“, коју је изговорио приликом боравка у Националном парку „Тара“, представља суштину ове докторске дисертације.

Пут ка завршетку докторске дисертације представљао је велики изазов, али велико интересовање ка овој тематици је било од непроцењиве важности да савладам сваку препреку. Ипак, томе је допринео и велики број људи, који су ми на различите начине пружили подршку, и који су током мог одрастања, сазревања и школовања имали пресудне улоге. Свако на свој начин, заслужује моју најдубљу захвалност, без дефинисаног реда, а ипак са посебном пажњом.

Пре свега, огромну захвалност упућујем *мојој* породици. Велику заслугу за сваки мој успех имају *моји* тата Александар, мама Марија и брат Срђан, који су ме увек подржавали стрпљењем и саветима, чак и из далека. Они су имали велику улогу у зидању темеља мог идентитета, дељењу вредности, упорности и напорног рада. Премда не постоје речи којима бих могла да искажем своју захвалност и поштовање за све што су урадили за мене, желим ову докторску дисертацију да посветим њима, као знак захвалности што су ми увек били посвећени и предани. Сваки мој успех је и ваш успех, а све што сам сада или се надам да ћу бити, дугујем вама. Неизмерну захвалност упућујем и *мом* супругу Александру на охрабрењу, непоколебљивој вери у мене, мотивацији, а пре свега што ми је знатно олакшао израду дисертације и био извор

позитивних мисли сваког дана. Ову дисертацију посвећујем вама и хвала вам што сте увек веровали у мене!

Срдачну и неизмерну захвалност дугујем ментору др Татјани Пивац која је веровала у мене да могу да изнесем ову тематику на прави начин, а својом стручношћу и знањем подстицала ме на идеје и дискусију о овој теми. Веома сам захвална на њеној континуираној и истинској подршци, и на саветима који су формирали пут мог личног и професионалног развоја, као младог истраживача. Част ми је што сам имала прилику да ми budete ментор, на свим нивоима студија. Захвалност дугујем и мом другом ментору др Марку Петровићу на свим сугестијама које су овај рад учиниле квалитетнијим, али и на саветима који су ми помогли да одређене ствари сагледам из другачијег угла. Захвална сам на спремности да подели своје време и искуство у статистичкој анализи података и конструктивној дискусији која је била значајна у стварању коначне верзије докторске дисертације. Захвалност дугујем и осталим члановима комисије, као и свим професорима Природно-математичког факултета који су дали значајан допринос мом раду, и мом целокупном студирању.

Захваљујем се и свим запосленима у туристичким организацијама на територији Западне Србије, који су били отворени за сарадњу и помогли ми у прикупљању података за истраживање. Велику захвалност дугујем свим представницима туристичке понуде Западне Србије који су одвојили своје време и пристали да учествују у истраживању. Захвална сам на топлој добродошници у сваком сеоском туристичком домаћинству која ме је изнова подсећала на разлог зашто желим да прикажем потенцијал управо Западне Србије и њених становника.

„Гађајмо Месеци, па и ако га промашимо погодићемо звезде.“

Немања Миленковић

*Тамара Божовић
Нови Сад, 2023. године.*

САДРЖАЈ

1. УВОД	8
1.1. Дефинисање предмета, циља, задатака и хипотеза докторске дисертације	12
2. КОНЦЕПТ СПОРОГ ТУРИЗМА И ЊЕГОВЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ	17
2.1. Спори туризам или споро путовање	17
2.2. Настанак и развој концепта спорог туризма	18
2.2.1. Филозофија спорог покрета (Slow movement)	19
2.2.2. Покрет споре хране	19
2.2.3. Покрет Спорих градова	21
2.3. Дефинисање концепта спорог туризма	24
2.3.1. Атрибути/аспекти спорог туризма	27
2.3.2. Димензије и оквири спорог туризма	30
2.4. Приступи дефинисању спорог туризма	38
2.4.1. Повезаност са другим видовима туризма	39
2.4.2. Рурални туризам као битан потенцијал развоја спорог туризма	43
2.4.3. Споре дестинације	44
2.5. Мотивација у спором туризму	46
2.5.1. Веза мотивације у спором и руралном туризму	48
3. УЛОГА ЛОКАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА	51
4. ПРЕГЛЕД ИСТРАЖИВАНОГ ПОДРУЧЈА	58
4.1. Туристичко-географски положај	61
4.2. Природни потенцијали за развој туризма	65

4.2.1. Рељеф	65
4.2.2. Клима.....	69
4.2.3. Хидрографске одлике	70
4.2.4. Биљни и животињски свет	75
4.3. Друштвени и културни потенцијали за развој туризма	78
4.3.1. Историја, култура и споменици културе	78
4.3.2. Становништво и насеља	84
4.3.3. Привреда	88
5. ТРЕНУТНО СТАЊЕ И МОДЕЛ УПРАВЉАЊА ТУРИЗМОМ.....	89
5.1. Приоритетни туристички производи	89
5.2. Органи управљања туризмом.....	95
6. МЕТОДОЛОГИЈА	98
6.1. Инструмент истраживања	98
6.1.1. Дизајнирање анкетног упитника	100
6.1.2. Дизајнирање интервјуа	105
6.2. Узорак, простор и процедура истраживања	109
6.3. Методе коришћене у обради и анализи података	111
6.4. Постављање хипотеза истраживања	113
7. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА.....	118
7.1. Приказ резултата истраживања – локално становништво Западне Србије	118
7.1.1. Социодемографске карактеристике испитаника.....	119
7.1.2. Експлораторна факторска анализа	120
7.1.3. Анализа резултата добијених помоћу статистичких корелација	125
7.1.4. Дескриптивна статистичка анализа добијених резултата.....	127
7.1.5. Регресиона анализа	134
7.1.6. Т-тест за независне узорке	136

7.1.7. Једнофакторска анализа варијансе (ANOVA).....	137
7.2. Приказ резултата истраживања – носиоци туристичке понуде.....	142
7.2.1. Разумевање концепта спорог туризма и потенцијал дестинације.....	142
7.2.2. Опште карактеристике капацитета понуде	148
7.2.3. Спремност за укључивање у развој спорог туризма	161
8. ДИСКУСИЈА	165
8.1. Ставови локалног становништва о развоју туризма у Западној Србији	166
8.2. Ставови носилаца туристичке понуде Западне Србије	174
9. ЗАКЉУЧАК	181
9.1. Научни и практични допринос истраживања	181
9.2. Ограничења и предлози за будућа истраживања.....	186
ЛИТЕРАТУРА	191
ПРИЛОГ - Анкетни упитник за локално становништво.....	221
БИОГРАФИЈА.....	224

1. УВОД

Непосредно након индустријске револуције, светски привредни развој је интензивно почео да се мења. Трансформација, која се огледала у свим сегментима живота, брзо је утицала на туристичку привреду (Khan, 2015). Услед све веће глобализације, туристичка привреда је пакет аранжмане чинила све више доступним туристима са нижим приходима, те је масовни туризам за кратко време постао веома популаран (Cioban & Slusariuc, 2014; Mavrić, Öğretmenoğlu & Akova, 2021). То је довело до све већег пораста неодрживих масовних туристичких дестинација (Pellešova, 2020).

Са друге стране, у савременом добу дешавају се нове промене на глобалном нивоу. Светска здравствена организација је 12. марта 2020. године прогласила пандемију COVID-19 (WHO, 2020). Од тада ова болест значајно утиче на туризам, глобална путовања и слободно време људи. Туризам је највише погођен вирусом короне усвајањем стратегија и мера здравствене заштите као што су социјално дистанцирање, самоизолација, препоруке да се остане код куће, забрана путовања и ограничавање окупљања (Sigala, 2020; Vožović et al., 2021). Међутим, премда је већ оставила дугорочне негативне последице на глобалну туристичку индустрију, пандемија се перципира као могућа прекретница у међународном туризму и прилика да се укаже на пожељнији правац његовог развоја (Jones & Comfort, 2020; Stankov, Filimonau & Vujičić, 2020). Она би се могла схватити као шанса за додавање више квалитета будућим туристичким искуствима, чинећи их незаборавним (Pizam, 2010), тиме што ће путовања бити ређа, остављајући тако простор да постану вреднија и мање тривијална. Сигала сматра да је појава пандемије узрок људске активности кроз урбанизацију, небригу о животној средини, развој агробизниса и модерног капитализма (Sigala, 2020). Садашња криза је отворила пут за нове промене у погледу животне средине, које би могле бити кључне за обликовање одрживе будућности (Wen, Kozak, Yang & Liu, 2020). У том смислу, чини се да спори туризам представља туризам будућности (Conway & Timms, 2010) који може задовољити све потребе савремених туриста у периоду током и након пандемије. Такође, ова криза је подстакла глобално друштво да више размишља о одговорном понашању појединаца (Steidle, 2017). Стога би туризам након пандемије могао створити свесне и пажљиве туристе, који би могли подстаћи туристичке пружаоце услуга да одговоре на

нову потражњу прилагођавањем својих, тренутно неодрживих, производа и услуга (Stankov et al., 2020; Wen et al., 2020).

Последњих деценија сведоци смо појаве нових облика туризма: еко-туризам, зелени туризам, културни туризам, туризам наслеђа, здравствени туризам. Како наводи аутор Мур, у основи ових облика туризма треба да се налазе две покретачке снаге (Moore, 2012). Са једне стране, то је одрживост животне средине, а са друге стране, то је лична добробит потрошача. Наведене покретачке снаге основа су још једног посебног облика туризма – спорог туризма (енгл. *slow tourism*). Холистички приступ у спором туризму огледа се у јединственом искуству потрошача-туристе које обједињује у хармоничну целину путовање, искуство на дестинацији и повратак. Спори туризам појавио се као контрареакција на убрзани темпо живота данашњице и може се протумачити и као нова туристичка ниша у туризму и као свеукупни приступ путовањима (Serdane, 2017).

Брз темпо живота навео је да људи, услед све мање слободног времена, губе интересовање за учење, упознавање културе, људи и дестинације коју посећују током путовања, због чега у мањој мери уживају и мање поштују животну средину (Matos, 2004; Markwell, Fullagar & Wilson, 2012; Khan, 2015; Lunić, Micera & Stanišić, 2020). Трендови савременог туристичког тржишта указују на све већу потребу за индивидуализацијом туристичког искуства и захтевају све веће избегавање стандардизације туристичких производа (Pawlusiński & Kubal, 2018). Услед туристичке потражње која намеће потребу за производима који захтевају краћа и интензивнија путовања, велики број људи у 21. веку осетио је потребу за успоравањем и развојем концепта спорог туризма. Спори туризам представља доношење свесних избора током путовања, а који се односе на успоравање, не на брзину.

Иако неки аутори (Oh, Assaf & Baloglu, 2016; Valls, Mota, Vieira & Santos, 2019) сматрају да још увек не постоји права и јединствена дефиниција спорог туризма, аутори Дикинсон и Ламсдон (Dickinson & Lumsdon, 2010) дефинишу спори туризам као концептуални оквир који укључује људе који путују „спорије“ и ближе, али остају дуже у одабраној дестинацији у којој користе локалне облике транспорта, уживају у локалној, аутентичној кухињи и обилазе локалне културне знаменитости. Стога су основни принципи на којима се заснива спори туризам: посвећивање времена одређеној дестинацији и изградња односа са људима, местима, културом, традицијом и окружењем (Caffyn, 2012; Yurtseven & Kaya, 2011). Жеља да се буде део локалне културе наводи

туристе на спори туризам, док их истовремено одвлачи од посета дестинацијама које се „морају посетити“ (енглески *must see*) широм света (Georgica, 2015). Спори туризам, као релативно нов облик туризма, представља одличну прилику туристима из високоразвијених земаља да се врате заборављеним местима и оживе их (Nuryanti, 1996).

Подстицањем потрошача ка овом облику туризма остварују се многобројни бенефити, како за дестинацију и локалне заједнице, тако и за саме туристе (Conway & Timms, 2012). Успоравањем темпа свог путовања, туристи се налазе у могућности квалитетнијег повезивања са местима, људима и локалном културом (Caffyn, 2012).

Спори туризам постаје све присутнији на туристичком тржишту и тема је бројних аутора који су обрадили прве теоријске аспекте и поставили оквире овог облика туризма (Parkins & Craig, 2009; Lumsdon & McGrath, 2011; Fullagar, Markwell & Wilson, 2012; Groenendaal, 2012; Howard, 2012; Lipman & Murphy, 2012; Moore, 2012; Guiver & McGrath, 2016; Serdane, 2017; Calzati & de Salvo, 2017; Valls et al., 2019). Поред постављања теоријских оквира, спори туризам истраживан је и са аспекта спорих туриста и њихове мотивације за спора путовања (Yurtseven & Kaya, 2011; Oh et al., 2016; Tomić, Leković & Marić, 2018). Број радова о спором туризму повећава се из године у годину (Balletto, Milesi, Ladu & Borruso, 2020; Marić, Leković & Tomić, 2021; Mavrić et al., 2021; Shang, Qiao & Chen, 2020). Премда концепт спорог туризма изузетно добија на важности, ова тема захтева даље и детаљније академске студије у циљу ширења свести о њеном значају. Значај ове теме огледа се у томе што спори туризам пружа могућности за одрживији и зеленији облик туризма на дестинацији, те се концепт „успоравања“ може применити као идеална маркетиншка стратегија на дестинацијама (Park & Lee, 2019, В. Walker, Lee & Li, 2021).

Спори туризам у неким земљама Европе, посебно у Италији и Шпанији, пружа изузетно широк спектар понуде и сматра се да ће временом имати све већи утицај на туристичком тржишту (Balletto, Milesi, Battino, Borruso & Mundula, 2019; Balletto et al., 2020; Hernández-Mogollón, Di-Clemente & Campón-Cerro, 2017; Brovelli, Kilsedar, Minghini & Zamboni, 2015; Valls et al., 2019). Италија, као земља у којој је настао спори покрет (енгл. *slow movement*), из кога се касније развио спори туризам, предњачи у развијености концепта и понуди спорог туризма. Потенцијал и значај развоја спорог туризма препознат је и од стране Европске уније. Наиме, 2019. године покренут је пројекат „Медитеран као иновативна, интегрална и јединствена дестинација за иницијативе спорог туризма“ (<https://www.enicbmed.eu/projects/med-pearls>).

Пројекат има за циљ да на међународном нивоу позиционира Медитеран као јединствену дестинацију на којој би туристи могли да доживе аутентичан медитерански начин живота, а све то кроз развој спорог туризма. Такође, циљ пројекта је да се мање позната туристичка подручја промовишу коришћењем локалних ресурса на одговоран и одржив начин, где ће локалне заједнице/бизниси играти суштинску улогу у креирању производа спорог туризма. У оквиру пројекта истражени су досадашњи међународни трендови и иновације у сфери спорог туризма. На основу истраживања у оквиру пројекта формиран су приручници о креирању производа спорог туризма. Они садрже критеријуме и захтеве које заинтересоване стране треба да испуне као услов за креирање производа спорог туризма. Дати критеријуми представљали су основу за формирање квалитативног дела истраживања ове докторске дисертације, а са циљем да се дође до сазнања о томе да ли се карактеристике развоја туризма у домаћинствима у Западној Србији уклапају у основе спорог туризма.

Западна Србија, као раскрсница различитих култура, идеологија, вера, менталитета, те простор богатог материјалног и културног наслеђа прожет изузетним природним вредностима, могла би постати окосница развоја туризма кроз примену концепта спорог туризма, како у својим административним границама, тако и у ширем региону. У Србији је тема спорог туризма у самом зачетку и рађено је свега неколико радова на тему спорог туризма (Božović, Miljković & Mikulić, 2021; Božović, Pivac & Milojić, 2021; Đuranović, Tomić, Leković & Marić, 2020; Lunić et al., 2020) тако да ће ова докторска дисертација представљати значајан допринос. Осим што ће упознати ширу јавност са појмом спорог туризма, ова дисертација ће значајно подићи њену свест о значају локалне заједнице и њене укључености у развој спорог туризма, али и свест о значају примене овог концепта као врсте одрживог развоја туризма на дестинацији. До сада нису спровођена истраживања која у фокус стављају локално становништво и њихову понуду, њихову жељу за укључивањем у развој спорог туризма као и користи које може имати развојем и применом наведеног концепта на дестинацијама, тако да ће ова студија дати велики допринос целокупном схватању овог концепта.

1.1. Дефинисање предмета, циља, задатака и хипотеза докторске дисертације

Предмет дисертације јесте могућност примене концепта спорог туризма за унапређење туристичке понуде регије Западна Србија. У уводном делу дисертације фокус ће бити постављен на дефинисање основних и релевантних појмова који се тичу истраживаног простора. Разрада студије подразумева преглед доступне научне литературе, детаљан опис методологије и истраживаног простора, док ће се у закључним разматрањима представити резултати и дискусија о добијеним резултатима истраживања.

Задаци дисертације подразумевају:

- Анализу литературе о основним и релевантним појмовима истраживаног простора;
- Туристичко вредновање и приказивање потенцијала истраживаног простора;
- Приказ коришћене методологије;
- Креирање скале за мерење задовољства локалног становништва и жеље за укључивањем у развој спорог туризма на дестинацији;
- Креирање интервјуа за представнике понуде у туризму;
- Анализу анкетног истраживања;
- Анализу спроведених интервјуа;
- Свеобухватну дескриптивну анализу резултата истраживања у закључној дискусији.

Карактер спорог туризма као релативно новог облика туризма, постаје све присутнији на туристичком тржишту и пружа истраживачима још увек много простора за изучавање. Стога ће први циљ дисертације бити да се стекне дубље разумевање спорог туризма и примене концепта спорог туризма на дестинацијама регије Западна Србија. Имајући у виду да су, према наводима појединих аутора (Conway & Timms, 2010), локално становништво, аутентичност и гостољубивост кључни фактори у формирању искуства спорих туриста, други циљ дисертације ће бити да се истраже ставови локалног

становништва и ставови испитаника који представљају део туристичке понуде Западне Србије, о тренутном задовољству и жељи да се укључе у развој спорог туризма у својој регији, као и да се истраже и представе користи које локална заједница може остварити развојем спорог туризма на дестинацији. У истраживању, акценат ће бити стављен на друштвене и користи по животну средину, а не само на економске користи које су најчешћа тема истраживања када су у питању утицаји које туризам има на локалне заједнице. Трећи циљ студије ће се усмерити на давање предлога за прављење јединствених туристичких производа који ће бити у складу са потенцијалима истраживане регије, а са друге стране у складу са сугестијама, мишљењима и ставовима припадника локалних заједница регије Западна Србија (локалног становништва и дела представника туристичке понуде у туризму). То ће бити постигнуто усвајањем квантитативног и квалитативног приступа. На основу свих потенцијала, оцене тренутног стања развоја туризма и потенцијалних проблема који су у вези са развојем туризма, основни циљ рада је да укаже на смернице које би требало да трасирају пут развоја и примене концепта спорог туризма у регији Западна Србија. Посебан акценат је на локалним заједницама и представницима туристичке привреде и на њиховим ставовима о развоју концепта наведеног вида туризма.

Рад пружа предлог начина и алата за представљање добробити коју ће локално становништво и локална привреда имати од развоја ове врсте туризма као и предлог за укључивање локалног становништва у развој спорог туризма. Све ово је у циљу остваривања пуног потенцијала одрживог развоја туризма у регији и формирања јединственог туристичког производа који ће бити препознатљив, како у земљи тако и у иностранству.

На основу формираног истраживања задате су опште хипотезе и потхипотезе докторске дисертације које се желе испитати. Основна хипотеза докторске дисертације гласи: *Локално становништво Западне Србије има позитиван став према општем развоју туризма. Локално становништво има тенденцију да подржи развој спорог туризма и жели да буде укључено у доношење одлука у вези са туризмом и спровођењем активности туризма. Носиоци туристичке понуде Западне Србије поседују потенцијале за развој спорог туризма и показују жељу да се укључе у његов развој у будућности.*

Из ове опште хипотезе може се извести 11 афирмативних хипотеза, а које укључују већи број потхипотеза (које ће детаљније бити приказане у методолошком делу рада):

X1: Локално становништво регије Западна Србија има генерално позитиван став према развоју туризма у својој средини.

X2: Ставови локалног становништва према развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на њихове социодемографске карактеристике.

- *X2a:* Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на пол испитаника.
- *X2б:* Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на године старости испитаника.
- *X2в:* Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на место пребивалишта испитаника.
- *X2г:* Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на занимање испитаника.
- *X2д:* Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на висину просечних месечних прихода испитаника.
- *X2ђ:* Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на степен образовања испитаника.

X3: Перцепција локалног становништва о користима од туризма и њихова тенденција да подрже развој туризма позитивно су повезани.

- *X3a:* Друштвене користи од развоја туризма позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма. Друштвене користи од развоја туризма огледају се кроз могућност друштвеног и културног развоја локалне заједнице кроз развој туризма.
- *X3б:* Користи по животну средину позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма. Наведене користи приказују степен у ком туризам подстиче заштиту природне околине и подстиче свест локалног становништва о тој теми.

- **ХЗв:** Економске користи од развоја туризма позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма. Економске користи од развоја туризма огледају се у побољшању и очувању постојеће инфраструктуре.

Х4: Приврженост заједници и тенденција подршке развоју туризма су позитивно повезане.

Х5: Приврженост заједници и перцепција користи од туризма су позитивно повезане.

Х6: Приврженост заједници и тенденција подршке развоју спорог туризма у заједници су позитивно повезане.

Х7: Локално становништво показује жељу да се укључи у развој спорог туризма и спроводи га сходно својим могућностима.

Х8: Локално становништво сматра да треба да буде укључено у развој туризма Западне Србије.

Х9: Носиоци туристичке понуде упознати су са концептом спорог туризма.

Х10: Носиоци туристичке понуде имају потенцијал и могућност да спроведу и примене концепт спорог туризма.

Х11: Носиоци туристичке понуде имају жељу да се укључе у развој концепта спорог туризма у Западној Србији.

Методологија дисертације се односи на комбинацију квантитативно-квалитативног методолошког приступа. Истраживање ће подразумевати примену квантитативних метода (анкетно истраживање, туристичко вредновање, статистика и интернет анализа) и квалитативних метода (интервју и разговори). Методе које ће бити примењене у раду условљене су темом и фазама истраживања.

У првој фази биће примењено кабинетско истраживање (енгл. *desk research*), које ће обухватити прикупљање релевантне домаће и стране литературе, а потом и теренски рад. У оквиру теренског рада биће спроведен метод разговора и анкета базирана на упитнику и одговарајућем узорку. Следи статистичка обрада података помоћу софтвера SPSS 23 – *Statistical Package for the Social Sciences*.

Начин избора, величина и конструкција узорка: анкетирање одабраног броја испитаника у општинама које обухвата регија Западна Србија и интервјуисање одабраног броја

представника локалне туристичке привреде који су укључени у туристичку понуду у општинама регије.

Теренско истраживање ће бити спроведено на територијама општина и градова Западне Србије (Шабац, Лозница, Богатић, Владимирци, Коцељева, Мали Зворник, Крупањ, Љубовија, Ваљево, Уб, Лајковац, Осечина, Мионица, Љиг, Ужице, Косјерић, Бајина Башта, Пожега, Чајетина, Ариље, Прибој, Нова Варош, Пријепоље, Сјеница).

2. КОНЦЕПТ СПОРОГ ТУРИЗМА И ЊЕГОВЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ

На основу карактеристика, спори туризам представља туризам будућности и сматра се једним од најприкладнијих облика туризма који ће допринети оживљавању туризма, како у руралним подручјима и на локалном нивоу, тако и на међународном нивоу. Концепт „успоравања“ може се прилагодити и применити као маркетиншка стратегија одредишта на локацијама широм света, користећи различите димензије спорог туризма на основу карактеристика места (Park & Lee, 2019). Централно место у спором туризму заузимају туристи чије потребе морају бити препознате од стране дестинације.

У наредним поглављима рада биће представљене основе развоја, дефиниција концепта спорог туризма и основни атрибути и димензије концепта. Такође, битно место у наредним поглављима биће посвећено приступима у дефинисању спорог туризма, повезаности са руралним туризмом и мотивацији у спором туризму.

2.1. Спори туризам или споро путовање

У академској литератури, масовним медијима или путописима, наизменично се употребљавају термини спори туризам и споро путовање, иако граница између ових појмова још увек није јасно постављена. Оба термина представљају идеје које произилазе из покрета „Споре хране“ (енгл. *Slow food Movement*) који је настао у Италији, као антитеза „брзог стила живота“ модерног друштва. Такође, обе идеје заступају потребу за осећајем друштвеног благостања, избегавања ужурбане свакодневнице и притисака које људи осећају у савременом свету (Kummer, 2002; Petrini, 2003). Премда Вилкенинг (Wilkening, 2022) означава спори туризам, а Молц (Molz, 2009) споро путовање следбеником покрета споре хране, Ловри и Ли (Lowry & Lee, 2016) верују да, иако суштински повезани, ови појмови нису истоветни. Они сматрају да дебата о разликама употребе ових појмова никада неће бити решена. Стога, у литератури, поједини аутори (Lumsdon & McGrath, 2011; Serdane, 2017) у својим радовима користе термин спори туризам, док поједини користе термин споро путовање (Georgica, 2015; Matos, 2004).

Међу неким ауторима влада мишљење да спори туризам и споро путовање нису исти појмови и изричити су да наведена два термина треба јасно раздвојити. Конвеј и Тимс (Conway & Timms, 2012) праве разлику између наведена два појма, без обзира на заједничке корене постанка концепата. Аутори наводе да је приликом спорог путовања нагласак стављен на путовање и начин превоза који се користи до дестинације, тако да споро путовање представља перспективу потражње. Са друге стране, спори туризам представља и перспективу понуде наглашавајући значај искуства туриста, током путовања и боравка на дестинацији, као и значај погодности које су туристима пружене од стране локалних заинтересованих страна на дестинацији. Хајтман и сарадници (Heitmann, Robinson & Povey, 2011) такође раздвајају ова два појма. Говорећи о спором путовању, они говоре о различитим видовима транспорта који се користе, а када говоре о спором туризму они говоре о туристичким активностима, искуствима и карактеристикама путовања. Они наводе да је споро путовање део ширег концепта који чини спори туризам. Са овом тврдњом слажу се још неки аутори (Di Clemente, Hernández-Mogollón, de Salvo & Campón-Cerro, 2015) према којима спори туризам представља шири концепт, у коме је спорост основни фактор у туристичком искуству, док споро путовање углавном наглашава еколошку одговорност, посебно у вези са еколошки прихватљивим превозним средствима која се користе током путовања.

У овој дисертацији користиће се термин „спори туризам“, који се односи на целокупан доживљај и искуство туристе током путовања и боравка на дестинацији. Употребом овог термина, испитаће се перспективе и потражње и понуде, што и јесте један од циљева ове дисертације. Истовремено, терминологија коју су користили аутори пренета је и сачувана у оригиналној форми.

2.2. Настанак и развој концепта спорог туризма

Премда су се бројни путописци, песници и филозофи током прошлог века у разним областима залагали за спорији приступ (Нопогé, 2009), друштвени покрети који су популаризовали и широм света раширили свест о спором покрету (енгл. *Slow movement*), јесу покрети споре хране (*Slow Food*) и спорих градова (*Cittáslow / Slow City*). У наредним поглављима ће биће детаљно представљена оба покрета.

2.2.1. Филозофија спорог покрета (*Slow movement*)

Спора филозофија настала је као одговор на убрзани ритам живота, путовања, обедовања, обављања активности, али и залагања за успоравање темпа живота. Филозофија спорог покрета представља тражење баланса између брзог и спорог темпа живота те се може сажети у једну реч – равнотежа (Honoré, 2009). Спора филозофија се најбоље може разумети кроз речи: „Суштина спорог покрета не значи радити све пужевим темпом, већ живети у правом темпу, који музичари називају – *tempo giusto*“ (Honoré, 2009; Serdane, 2017). Покрет се односи на промену начина целокупног размишљања (Heitmann et al., 2011) и мењања приоритета у животу, који се односе на приступ животу који тежи једноставности и личном расту (Howard, 2012), па се стога спори покрет описује као „стил живота“ (Honoré, 2009). Посматрано са аспекта туризма, спори покрет даје прилику људима да путују, раде и живе другачије од утврђене норме брзог живота (Fullagar et al., 2012). Кроз примену споре филозофије постављају се нови приоритети у туризму, као што је већа интеракција туриста са дестинацијом, позитиван утицај туриста на дестинацију као и туризам са малим утицајима на средину (Gardner, 2009).

2.2.2. Покрет споре хране

Покрет споре хране, настао је са првобитним циљем да се очува и одбрани регионална традиција, добра храна, гастрономско задовољство и спори ритам живота. Наиме, 1989. године Италијан Карло Петрини (*Carlo Petrini*), заједно са групом активиста, протествовао је против отварања Макдоналдс (енгл. *McDonald's*) ресторана брзе хране, у близини Шпанских степеница, које представљају историјски део Рима. Протест је представљао отпор не само против овог ресторана брзе хране, већ и против светске глобализације хране (<https://www.slowfood.com/about-us/our-history/>). Овај протест покренуо је идеју за оснивањем покрета споре хране, који је еволуирао и данас представља глобални покрет и непрофитну организацију која укључује хиљаде пројеката и милионе људи у преко 160 земаља. Током година, покрет се трансформисао из мале групе која промовише гастрономију у шири друштвени покрет који од 2000. године промовише еко-гастрономију (van Bommel & Spicer, 2011).

Године 1989., у Паризу је званично основан покрет споре хране, а потписан је и Манифест споре хране (енгл. *Slow Food Manifesto*). Манифест споре хране написао је

један од чланова оснивача Фолко Портинари (итал. *Folco Portinari*), 10. децембра 1989. године, и он је одобрен од стране делегата 15 земаља (Lowry & Lee, 2016). Манифест споре хране наводи да наша одбрана против све веће присутности „болести“ савременог доба – брзог живота треба да започне спором храном, јер како наводи Портинари (Portinari, 1989, стр. 1) „шта представља бољи начин да поново откријемо укусе регионалне кухиње и одагнамо деградирајуће ефекте брзе хране од међународне размене искустава, знања, пројеката? Покрет споре хране гарантује бољу будућност и представља идеју којој је потребно много квалификованих присталица који могу помоћи да се ово преокрене у међународни покрет, са малим пужем као симболом” (Lowry & Lee, 2016). Очување традиције локалне исхране и подршка локално узгојеној храни која је повезана са одређеним географским регионима представљају срж филозофије покрета споре хране (Mayer & Knox, 2006).

Филозофија покрета је да се створи свет у коме ће сви људи моћи да имају храну која је добра како за њих, тако и за оне који је узгајају, али истовремено добра и за планету. Концепт који је дефинисан, заснива се на три међусобно повезана принципа: добро, чисто и праведно. Добра храна је представљена као квалитетна, укусна, здрава и производи се на такав начин да максимизира њен укус и повезаност са географским и културним регионом. Чиста храна је одржива и не штети животној средини. Праведна храна се производи на друштвено одрживе начине, има приступачне цене за потрошаче и фер услове и плате за произвођаче (<https://www.slowfood.com/about-us/our-philosophy/>).

Слика 1. Лого интернационалног покрета споре хране



Извор: <https://www.slowfood.com/>

Организација споре хране континуирано организује састанке на којима промовишу спору храну кроз образовање у областима дегустације хране или сличне догађаје који помажу локалном становништву да науче више о храни и укусима. На овај начин, увећава се умрежавање међу потрошачима и произвођачима (Heitmann et al., 2011) и едукује се локално становништво о свим могућностима погодним за њих. Организација споре хране данас има преко 100.000 чланова у 1.600 локалних огранака под називом „*Convivia*“ (<https://www.slowfood.com/about-us/where-we-are/>).

Мрежа локалних заједница формирана је са циљем да широм света промовишу и прате вредности и начела покрета споре хране, едукују своју околину о овој теми, утичу на јавни и приватни сектор, те да својим деловањем утичу на одбрану биодиверзитета. Вредности покрета споре хране јасно су дефинисане у декларацији која је донета на Седмом међународном конгресу покрета споре хране у Кини, у граду Ченгду (*Chengdu*). Свака локална заједница мора бити сачињена од најмање 10 људи који деле и промовишу вредности покрета, те кроз своје деловање планирају и спроводе активности и пројекте како би остварили свој циљ. Заједнице покрета споре хране у Србији формиране су у Београду, Брестовцу, Футогу, Гледићу, Новом Саду, Великој Плани и на Златибору (<https://www.slowfood.com/our-network/slow-food-communities/>).

2.2.3. Покрет Спорих градова

Покрет спорих градова (енгл. *Movement of Cittáslow*), који је основан 15. октобра 1999. године у граду Орвието (*Orvieto*) у Италији, представља међународну мрежу градова која има за циљ да промовише и заступа филозофију споре хране кроз урбанистички дизајн у свим сегментима урбаног живота и планирање у градовима (Parkins & Craig, 2009; Yutseven & Kaaya, 2011). Премда се покрет развио уз покрет споре хране, он представља аутономну организацију (Kirsi, 2011).

Покрет је основан на основу иницијативе Паола Сатурнинија (енгл. *Paolo Saturnini*), градоначелника малог града у Тоскани Грече ин Кјанти (*Greve in Chianti*). Његову идеју сагледавања градова на другачији начин, који је заснован на начину развоја који побољшава квалитет живота, убрзо су подржали градоначелници још три града у Италији - *Bra*, *Orvieto* и *Positano*. Уз подршку председника покрета споре хране Карла Петринија, 1999. године основан је покрет спорих градова чији је главни циљ, био и остао, да прошири филозофију покрета споре хране. Градови који се придружују покрету мотивисани су принципима које покрет заступа, неки од њих су: промовисање

спорог начина живота, поштовање здравља грађана, аутентичност производа и добре хране, занатске традиције вредних уметничких дела, позоришта, аутентичност продавница и ресторана, нетакнути пејзажи, поштовање традиције кроз радост спорог и тихог живљења (<https://www.cittaslow.org/content/association>).

Слика 2. Лого покрета спорих градова



Да би добио статус спорог града, град мора да има највише 50.000 становника и да се води смерницама које налаже покрет споре хране, те да ради на побољшању сарадње са другим партнерима и очувању животне средине.

Да би се приступило покрету спорих градова, статутом организације прописана су 72 критеријума која представљају захтеве квалитета, а подељена су у седам макрообласти (Табела 1).

Град, подносилац захтева, не мора испуњавати све наведене услове, али мора да испуни најмање 50% њих. Неки од захтева су обавезни, док се неки препоручују за имплементацију током времена. Тако, у зависности од околности и посебности градова, могу постојати захтеви које градови не планирају да имплементирају, док постоје и они градови који примењују низ политика које превазилазе оквире званичних захтева покрета (Miele, 2008). Ова чињеница указује да је добијање сертификата покрета спорих градова само почетак и да сваки град треба да тежи идеалу који покрет представља. У пракси не постоји јединствен спори град, сваки од њих треба да изабере свој индивидуални начин за примењивање концепта спорости (Miele, 2008; Serdane, 2017).

Табела 1. Захтеви квалитета подељени у седам макро области

Области	Пример имплементације
Енергетске и еколошке политике	Паркови и зелене површине, обновљива енергија, транспорт, рециклажа, итд.
Инфраструктурне политике	Алтернативна мобилност, бициклическе стазе, улични намештај, итд.
Политике квалитета урбаног живота	Промена употребе и оживљавање маргиналних подручја, кабловске мреже града (оптичка и бежична влакна), итд.
Пољопривреда, туристичка и занатска политика	Забрана употребе ГМО у пољопривреди, повећање предности технике рада и традиционалних заната, итд.
Политика гостопримства, подизања свести и обуке	Добродошлица, повећање свести трговаца и оператера (транспарентност понуда и цена, јасна видљивост тарифа), итд.
Социјална кохезија	Укључивање особа са инвалидитетом, особа из дискриминисаних мањина, смањење сиромаштва, итд.
Партнерства	Сарадња са другим организацијама које промовишу природну и традиционалну храну, итд.

Извор: <https://www.cittaslow.org/content/how-become>

Добијање сертификата и ступање у чланство покрета спорих градова представља дуготрајан процес. Од јуна 2022. године, у свету је евидентирано 287 спорих градова распоређених у 33 земље. Земља која обједињује највише сертификованих градова је Италија са чак 88 спорих градова, чиме потврђује своју титулу колевке овог покрета. Након Италије, земље које се истичу по броју сертификованих градова су: Пољска (36), Немачка (23), Турска (21), Северна Кореја (17), Кина (13), Француска (13), Шпанија (11), Холандија (10) (<https://www.cittaslow.org/content/association>; Пивац и сарадници, 2022). Према повељи покрета, нације или државе са најмање три града члана могу да успоставе Националну координациону групу која може да прими нове апликације из градова унутар своје земље, да буде одговорна за разне активности, пројекте и догађаје у својој земљи и да директно одговара централном покрету. Ове групе осмишљене су да помогну

да се скрати време потребно да град постане сертифициован као и да се повећа свест о спорим градовима на нивоу државе (Cittaslow International Charter, 2017). Поред држава са великим бројем спорих градова, постоји и значајан број оних које на својој територији имају три или више сертифициованих градова и имају раније споменути координациону групу. Те државе су: Белгија (5), Велика Британија (5), Кипар (5), Канада (4), Тајван (4), Португал (4), Аустрија (3) и Аустралија (3).

Спори градови промовишу вредности чувања културе, традиције и гостопримства. Поред тога, спори градови примењују специфичне системе у планирању инфраструктуре и потрошње енергије у градовима (Soininen, 2011). Главни циљ покрета је побољшање квалитета живота локалног становништва (Dickinson & Lumsdon, 2010; Кнох, 2005; Pink, 2008).

Примена филозофије спорог начина живота може послужити као средство за локални одрживи развој у контексту алтернативног економског развоја у којем је фокус стављен на локалне производе, те се тиме идеје овог покрета разликују од других концепата одрживости (Mayer & Кнох, 2006; Serdane, 2017, Werner, Griese & Bosse, 2022).

2.3. Дефинисање концепта спорог туризма

Непосредно након индустријске револуције свет се нагло „убрзао“ и почео драстично да се трансформише па се и број туриста повећавао током година (Khan, 2015). У том времену, масовни туризам чинио је основу економског раста великог броја туристичких дестинација. Услед развоја савременог саобраћаја, нових технологија, урбанизације градова као и пораста броја становника, туристичка привреда учинила је пакет аранжмане приступачнијим и туристима са нижим приходима, те је тако масовни туризам за кратко време постао веома популаран (Cioban & Slusariuc, 2014; Mavrić et al., 2021). То је довело до пораста туристичке потражње за новим дестинацијама масовног туризма које су често биле без одрживог приступа (Pellešová, 2020).

Туристи су посматрани као масовни потрошачи све до осамдесетих година 20. века, након којих се, међу њима, појављује све већи број захтева за прилагођавањем одмора и путовања њиховим личним потребама. Туристи све више желе да доживе путничка искуства заснована на принципу “3 L”: доколица (енгл. *leisure*), пејзаж (енгл. *landscape*) и учење (енгл. *learning*) (Donohoe & Needham, 2006; Plog, 1974), те да на тај

начин открију идентитет и аутентичност дестинације кроз комплексна искуства (Franch, Sambri, Martini, Pegan & Rizzi, 2008; Pavione, Pezzetti & Gazzola, 2017). Савремени туристи траже нова и квалитетнија искуства испробавајући нове и алтернативне врсте туризма као и нове дестинације. Стога, алтернативни туризам представља начин путовања који је у супротности са масовним туризмом, док са друге стране подржава више аутономије, бројчано мања организована путовања, више слободе и учешћа туриста, поштовање локалних заједница и њихових културних особености, комуникацију са локалним становништвом и домаћинима на дестинацији (Moira, Mylonopoulos & Kondoudaki, 2017).

Последњих деценија појављују се нови облици туризма као што су: еко-туризам, зелени туризам, културни туризам, туризам наслеђа и здравствени туризам. Како наводи Мур (Moore, 2012), у основи ових облика туризма треба да се налазе две покретачке снаге. Са једне стране, то је одрживост животне средине, а са друге стране, то је лична добробит потрошача. Наведене покретачке снаге чине основу и спорог туризма. Спори туризам представља холистички приступ у оквиру којег путовање, искуство на дестинацији и повратак представљају јединствено искуство потрошача–туриста (Lumsdon & McGrath, 2011). Из потребе да се супротстави масовном туризму, произишао је концепт спорог туризма који представља облик алтернативног туризма који се залаже за искуство туриста, успоравање темпа, очување животне средине и повећање квалитетног туристичког искуства кроз повезивање туриста са дестинацијом (Conway & Timms, 2010; Heitmann et al., 2011; Meng & Choi, 2016; Moira et al., 2017).

Карактер спорог туризма као релативно новог облика туризма постаје све присутнији како у литератури о планирању дестинација, тако и на туристичком тржишту, али и у оглашавању уопште (Valls et al., 2019, Le Busque, Mingoia & Litchfield, 2022), што истраживачима даје доста простора за проучавање. У академској литератури, не може се одредити тачан тренутак када се појам спорог туризма појавио, али велики број аутора сматра да је почетак дефинисања датог појма везан за другу половину 2000. године (Bac & Aksöz, 2017).

Посматрајући друге врсте туризма које се проучавају више од једног века, спори туризам у литератури представља релативно нов концепт (Noor, Nair & Muga, 2015).

Филозофија спорог туризма подразумева јединствен став према путовању и животу (Honoreé, 2009), али и начин на који се туризам доживљава (Mei, 2014). У концепту спорог туризма, фокус се помера са постизања количине искуства ка квалитету

искуства туриста током одмора (Heitmann et al., 2011). Стога спори туризам своју филозофију остварује примењујући различите праксе које промовишу локалну културу (производња вина, организација кулинарских и музичких фестивала и сл.), изградњом објеката компатибилним грађевинским материјалима, водећи рачуна о животној средини, а све то у циљу побољшања живота локалног становништва (Miele, 2008).

У академској литератури не постоји недвосмислена и јасна дефиниција спорог туризма, премда су бројни аутори покушали да дају дефиницију кроз навођење различитих идеја, понашања и принципа (Babou & Callot, 2009; Blanco, 2011; Conway & Timms, 2010; Dickinson & Lumsdon, 2010; Dickinson, Robbins & Lumsdon, 2010; Lumsdon & McGrath, 2011; Matos, 2004; Calzati & de Salvo, 2017). Премда број академских радова на тему спорог туризма расте из године у годину (Mavrić et al., 2021), постоје бројне дефиниције, али ниједна није потпуна и прецизна (Oh et al., 2016; Valls et al., 2019). Концепт спорог туризма је још увек у раној фази развоја те му треба дозволити да расте без ограничења и дефиниције (Lumsdon & McGrath, 2011). Такође, у литератури се наводи да, услед недостатка чврсте дефиниције, спори туризам треба посматрати као групу повезаних идеја (Noor et al., 2015).

Томас (Thomas, 2014) истиче да је споро (slow), у речи спори туризам, акроним:

S – *sustainability* (одрживост);

L – *locally* (локално);

O – *organic* (органски);

W – *whole* (целина).

Премда не постоји јединствена дефиниција спорог туризма, најчешће коришћену и најопштију дефиницију дали су Дикинсон и Ламсдон (Dickinson & Lumsdon, 2010). Они дефинишу спори туризам као: „Концептурални оквир који укључује туристе који путују „спорије“ и ближе својој матичној дестинацији, остају дуже на одабраној дестинацији, користе одрживе и локалне форме транспорта, конзумирајући храну која је специфична за место које су посетили, повезују се са локалном културом и локалним становништвом“ (Dickinson & Lumsdon, 2010, стр. 1–2).

2.3.1. Атрибути/аспекти спорог туризма

Да се у основи спорог туризма и спорих туристичких активности налази спорост и смањење темпа, слажу се многи аутори. Спорост се односи на „изузеће брзине у активностима, а не на спорост која се сама по себи може тумачити као нешто негативно“ (Lumsdon & McGrath, 2011). Дикинсон и сарадници (Dickinson, Lumsdon & Robbins, 2010) наводе три основна стуба спорог путовања. То су: радити ствари одговарајућом брзином, променити своје понашање у контексту брзине (успорити темпо) и квантитет током путовања заменити квалитетом. Дакле, одлике спорог туризма произилазе из потребе за променом начина на који туристи управљају својим временом на путовању и њиховог односа према брзини, као и из промене њихових свакодневних навика које доводе до промена навика и на путовањима. Спорост у туризму може се посматрати кроз разне области, као што су превоз, смештај у пансионима малих капацитета, конзумирање локалне хране која поштује принципе споре хране или кроз укључивање у локалну културу и традицију (Bâc & Aksöz, 2017). Успоравањем темпа путовања долази до поновног откривања себе, душевног мира, уживања у дубљим искуствима, унапређења разумевања околине, али и упознавања са културом земље домаћина (Babou & Callot, 2009).

Поред потребе за успоравањем темпа, акценат се ставља и на суштинску повезаност са дестинацијом (Heitmann et al., 2011). Дубља повезаност са дестинацијом може се остварити развијањем ефикасније комуникације и учешћем у свакодневном животу локалних становника. На тај начин туристи се могу ближе повезати са локалном културом и њеном аутентичношћу. Вредност спорог туризма не огледа се само у жељи да се осети традиција, већ да се спори начин путовања нагласи као пут ка остваривању аутентичног искуства (Shang et al., 2020). Јуртсевен и Каја наводе да спори туризам прате два аспекта, а то су одвајање одређеног времена и везаност за одређено место (Yurtseven & Каја, 2011). Према филозофији спорог путовања, важније је да туриста пажљиво истражи и посвети време дестинацији на којој се налази и тако искуси у потпуности локалну културу, него да се труди да обиђе што више знаменитости или градова током свог путовања (Georgica, 2015).

Жеља да се буде део локалне културе наводи туристе на спори туризам, док их истовремено одвлачи од посета популарним (“*must see*”) дестинацијама широм света

(Georgica, 2015). Спори туризам представља одличну прилику туристима из високоразвијених земаља да се врате заборављеним местима и оживе их (Nuryanti, 1996). Такође, подстицањем потрошача ка овом облику туризма остварују се многобројни бенефити, како за дестинацију и локалне заједнице, тако и за саме туристе (Conway & Timms, 2012). Успоравањем темпа свог путовања, туристи се налазе у могућности квалитетнијег повезивања са местима, људима и локалном културом (Caffyn, 2012). Спори туризам заговара и охрабрује дужи боравак на одредишту (Dickinson et al., 2010; Matos, 2004; Serdane, 2017) што доводи до тога да туристи, боравећи на једном месту дуже време, добијају прилику да детаљно упознају све локалне атракције (Nistoreanu, Dorobanțu & Țuclea, 2011).

Поред бољег упознавања локалне културе, дужи боравак на дестинацији позитивно утиче на ефикасност која се огледа у односу емисије гасова стаклене баште и економског промета (Gössling et al., 2005). Дужи боравак је пожељан јер се фокус истовремено ставља како на еколошки прихватљивији смештај, тако и на активности које су базиране у дестинацији, а које доприносе смањењу негативних поседица туризма по животну средину (Filimonau, Dickinson & Robbins, 2014). Економски, друштвено-културни и еколошки одрживи развој сматрају се важним стубом филозофије спорог туризма (Matos, 2004) те је спори туризам уско везан за екологију и одрживи развој (Moira et al., 2017) и, самим тим, за вођење рачуна о трагу који туризам оставља у окружењу домаћина (Chhabra, 2020; Meng & Choi 2016).

Бројни аутори су нагласили значај одрживости спорог туризма. Тако, на пример, Дикинсон сматра да спори туризам треба да се састоји од мањег броја путовања тј. одмора који ће трајати дуже, при томе не користећи авио-саобраћај као врсту транспорта, већ други облик транспорта који је еколошки прихватљивији и који постаје део туристичког искуства (Dickinson, 2009). Поред смањења притиска на дестинације и животну средину, спори туризам, кроз смањење коришћења транспорта који су велики загађивачи, значајно може утицати на смањење притиска на климатске промене (Hall, 2011). С обзиром да железница представља врсту алтернативног вида транспорта који је погодан за развој спорог туризма, смена транспорта не би требала да представља велики проблем као што се замишља (Burns & Bibbings, 2009).

Суштина спорог путовања није само у начину превоза, већ у начину размишљања током путовања (Georgica, 2015). Спори туризам представља начин размишљања путника који време током путовања користе да открију пејзаж, комуницирају са људима,

користећи транспорт као прилику за искуство, а не као пуко средство за долазак на дестинацију (Gardner, 2009). Потребно је нагласити разлику у примени компоненте спорости у коришћењу термина споро путовање и спори туризам. Термин споро путовање користи се када се описује чин путовања од куће до одредишта, при чему се акценат ставља на превозна средства, инсистирање на пешачењу, вожњи бицикла. Са друге стране, спора компонента у спором туризму, поред транспорта, може се посматрати кроз смештај, храну, културу итд. (Bâc & Aksöz, 2017).

Спори туризам, својим начелима захтева одговорност свих страна у туристичком тржишту како би се утврдила промена како у економском, тако и у културном понашању (Blanco, 2011). Такође, циљ је неутралисати негативне аспекте масовног туризма, који се углавном фокусира на економију без разматрања еколошких и друштвених фактора (Mavrić et al., 2021). У прилог томе говори истраживање (Savoja, 2011) које је спроведено у циљу да истражи однос који повезује спори туризам са одрживости увођења „капацитета који је неопходан“, за разлику од до сада коришћеног концепта „носивости дестинације“ који спори туризам резултира као одржив али незадовољавајући за туризам и дестинације. Истицање квалитета у односу на квантитет и продужење боравка на дестинацији могу привући различите туристичке профиле, посебно оне туристе који су оријентисани ка одрживом развоју.

Како би га што јасније дефинисали, Валс и сарадници (Valls et al., 2019) приказују различите атрибуте спорог туризма, рашчлањене према библиографским референцама (Табела 2).

Табела 2. Атрибути спорог туризма

Атрибути	Аутори
Промена концепта путовања и коришћења времена током путовања	Aguiló and Alegre, 2004; Dickinson and Lumsdon, 2010; Parasuraman, Zeithalm and Berry, 1988; Georgic et al., 2013; Fullagar, Markwell and Wilson, 2012; Valls, 2018; Dickinson, Lumsdon and Robbins, 2011; Miretpastor et al., 2015; Oh et al., 2014.
Алтернатива масовног туризма	Heitman, Robinson and Povey, 2011; Aguiló and Alegre, 2005; Parasuraman, Zeithalm and Berry, 1988; Molz, 2009; Özdemir and Çelebi, 2018; McGrath and Sharpley, 2017; Wilson and Ypeij, 2012.

Локални карактер	Aguiló and Alegre, 2004; Marson, 2011; Babou and Callot, 2007; Valls, 2018; Dickinson, Lumsdon and Robbins, 2011; Chen and Rahman, 2018; Mowford and Munt, 2008; Fox, Hunn and Mathers, 2007; Oriade and Evan, 2011.
Културни карактер	Babou and Callot, 2007; Valls, 2018; Caffyn, 2012; Hernández-Mogollón, Duarte and Folgado-Fernández, 2018.
Одрживо и природно окружење	Marson, 2011; Aguiló and Alegre, 2005; Georgic et al., 2013; Lowry and Lee, 2011; Lumsdon and McGrath, 2011; Pine and Gilmore, 1998; Oh et al., 2014; Chen and Rahman, 2018; Slee, Farr and Snowdon, 1997; Sims, 2009.
Промена квалитета искуства	Williams and Ponsford, 2009; Ferreira, Seabra and Paiva, 2014; Valls, 2018; Pine and Gilmore, 1998; Havlena and Holbrook, 1986; Sanagustín, Moseñe and Patiño, 2011.
Аутентичност	Aguiló and Alegre, 2004; Marson, 2011; Babou and Callot, 2007; Dickinson, Lumsdon and Robbins, 2011; Fernández-Mogollón et al., 2018.
Изводљивост и развој новог пословања <i>Извор: Valls et al., 2019, стр. 3</i>	Valls, 2018; Caffyn, 2012

2.3.2. Димензије и оквири спорог туризма

На основу библиометријске анализе литературе о спором туризму, Маврић и сарадници (Mavrić et al., 2021) приказују статистику студија везаних за спори туризам у периоду од 1975. до 2020. године. На основу базе података *Web of Science (WoS)*, установили су да је први чланак са овим насловом објављен 2004. године, али да постоји значајан напредак у објављивању научних радова ове тематике, нарочито након 2013. године.

У академској литератури постоји неколико концептуалних оквира који се односе на спори туризам. Ови оквири сумирају аспекте и димензије спорог туризма који су до сада истраживани.

Кафин (Caffyn, 2009; 2012) наводи листу неких од елемената спорог туризма:

1. Смањење удаљености путовања;
2. Издвајање што више времена за путовање;
3. Опустање, освежење духа и тела;
4. Детаљно истраживање дестинације кроз проналажење посебних квалитета локалне области;
5. Контакт са локалним становништвом у заједници, културом и наслеђем;
6. Конзумирање хране у локалним ресторанима, куповина директно од произвођача (локалне пијаце), дегустације локалних пића и хране;
7. Креативне и слободне игре за децу;
8. Учење нових вештина или активност, кроз лични развој;
9. Смањење механизације и употребе технологије;
10. Ограничена комерцијализација, неколико глобалних брендова, локални економски мултипликатори;
11. Аутентичност и квалитетна искуства;
12. Одрживост и смањен угљенични траг;
13. Добробит за све посетиоце.

Листа елемената није коначна, али што је више елемената присутно током путовања, то је путовање више у оквирима „спорости“ и може се назвати спорим туризмом.

Компоненте које укључује споро путовање, кроз дијаграм (Слика 3), међу првима представљају Дикинсон и Ламсдон (Dickinson & Lumsdon, 2010). Они наводе:

- Искуство на дестинацији и искуство током путовања представљају јединствену целину која чини туристичко искуство;
- Туристи који практикују спора путовања имају еколошку свест и воде рачуна о животној средини;
- Спори туризам ствара туристичка искуства која подразумевају ангажовање туриста са људима и местима, као кокреаторима њиховог искуства током целокупног одмора;
- Одвајање времена и посвећивање дестинацији, као приступ квалитетнијем животу;

- Током путовања тежи се искључивању аутомобила и авиона, а укључивању видова транспорта који су угљенично неутрални (шетња, возња бициклом), или мање угљенично интензивни (аутобус, железница);
- Резултат спорог путовања је нискоугљенични туризам.

Слика 3. Концептуални дијаграм спорог путовања (Dickinson & Lumsdon, 2010, стр. 192)



Премда аутори говоре о спором путовању, њихов оквир укључује различите аспекте туризма. Стога се може рећи да наведени модел представља спори туризам (Serdane, 2017).

Ламсдон и Макграт (Lumsdon & McGrath, 2011) иду корак даље у дефинисању и надограђују раније предложен модел (Dickinson & Lumsdon, 2010). Они представљају оквир спорог путовања чије су главне карактеристике: начин путовања, спорост, искуство путовања, еколошка свест и осећај за место. Спорост, као повезујући елемент

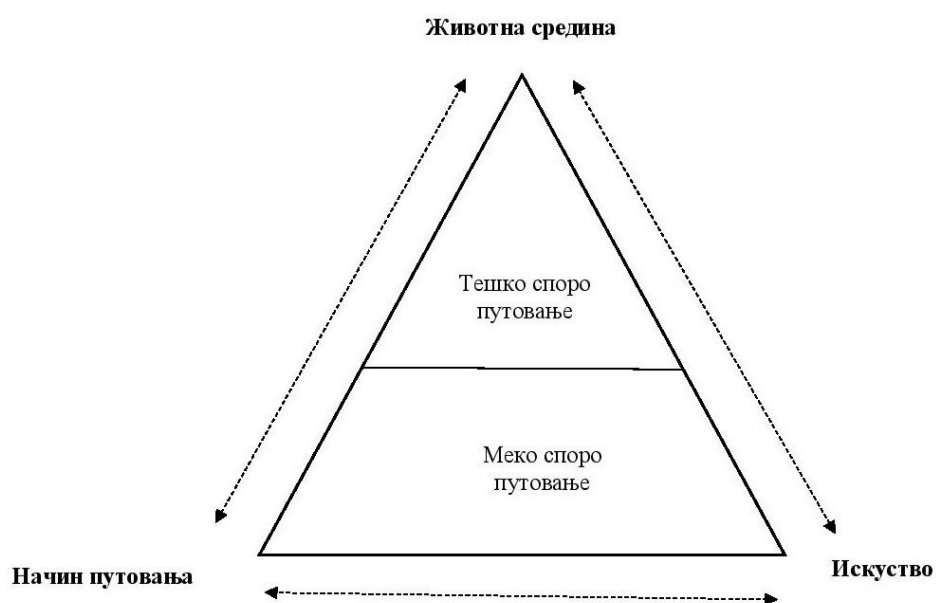
у моделу, јесте оно што споро путовање издваја од других облика туризма (Lumsdon & McGrath, 2011). Његове три основне категорије су спорост, искуство путовања и еколошка свест. Оквир указује на јасне разлике између спорог и брзог искуства путовања, узимајући у обзир све наведене карактеристике. Тако, током искуства спорог путовања, туристи путују без журбе, користе одрживе видове транспорта са малом потрошњом енергије и путују кроз пределе уживајући у путовању, док на дестинацији остварују богату културну размену са средином. Са друге стране, искуство брзог путовања подразумева неодрживе видове транспорта, путовање туристичким коридорима, убрзан темпо, као и слабу повезаност са местом и минималну културну размену на дестинацији.

Слика 4. Концептуални оквир спорог путовања (Lumsdon & McGrath, 2011, стр. 276)

Карактеристике				
Начин путовања	Спорост	Искуство путовања	Еколошка свест	Осећај за место
Неопходно	Искуство спорог путовања			Приврженост
Шетња/вожња бицикла	Без журбе	Путовање кроз пределе	Мала потрошња енергије	Културна размена
Воз велике брзине	Журба	Путнички коридор	Висока потрошња енергије	Минимални културни контакт
Мање неопходно	Искуство брзог/убрзаног путовања			Огуђеност

Даља истраживања доводе до поделе спорог путовања на „тешко споро путовање“ и „меко споро путовање“ (Dickinson, Lumsdon & Slow, 2011). Аутори издвајају еколошку, искуствену и димензију начина путовања као три најбитније димензије спорог путовања, при чему је током „меког спорог путовања“ најбитнија еколошка димензија, док су током „тешког спорог путовања“ битније димензије које се односе на искуство и начин путовања.

Слика 5. Три димензије тумачења спорог путовања (Dickinson et al., 2011, стр. 287)

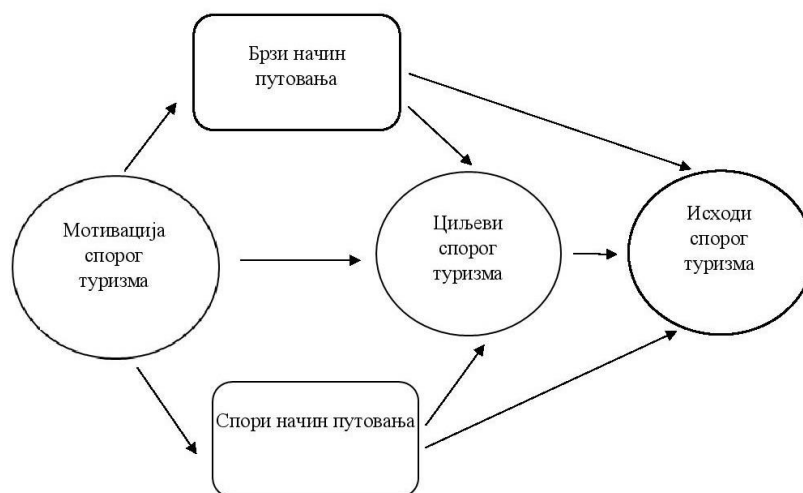


Насупрот моделима аутора Дикинсона и Ламсдона (Dickinson & Lumsdon, 2010), Ламсдон и Макграт (Lumsdon & McGrath, 2011), као и Дикинсон и сарадници (Dickinson et al., 2011) који у својим моделима акценат стављају на врсту транспорта, тачније режим путовања и еколошку одрживост која је условљена тиме, у литератури је спори туризам представљен и кроз концептуални оквир из перспективе туристе који се заснива на теорији потрошње која је вођена циљевима (Oh et al., 2016). Према мишљењу аутора, спори и брзи начин путовања не искључују један други, комплементарни су и могу се користити за остваривање мотивације као и за постизање циљева спорог туризма. Такође, спори и брзи начин путовања нису дефинисани само превозним средствима, већ ставом туристе и његовим темпом кретања који субјективно одреди за себе („ментални

темпо кретања“). Концептуални оквир приказује три фазе од којих се прва односи на мотивацију за спори туризам, друга на циљеве које туристи поставе, а трећа на исходе након спорих путовања.

Спори и брзи начин путовања могу једнако допринети стварању мотивације и постизању крајњих циљева чиме се доприноси позитивним исходима путовања. Исти аутори (Oh et al., 2016) закључују да што је мотивација јача, већа је вероватноћа да ће циљеви бити постигнути, јер ће се путник више трудити. Коначно, очекује се да постизање циљева спорог туризма позитивно утиче на опште исходе путовања. Bitно је још напоменути да, премда и спори и брзи начин путовања позитивно могу утицати на циљеве путовања, брзи начин путовања може имати негативан утицај на укупан исход туристичког искуства спорог путовања, услед брзине темпа путовања.

Слика 6. Концептуални оквир спорог туризма (Oh et al., 2014, стр. 3)



Исте године, Пичек (Pécsek, 2014) по први пут представља нови концептуални модел који се заснива на четири стуба спорог туризма. Модел произилази из чињенице да се туристи и локално становништво налазе у истој платформи (бази), те је блиско повезан са спорим покретом. Четири стуба модела су:

1. Локални карактер (локална гастрономија, бизниси, радна снага, култура);
2. Фокус на искуству (нестандардна понуда, селективне атракције, активни програми, колективно искуство);

3. Одрживост (профитабилност, без одлива средстава, еколошки прихватљиво, улагања, смањен негативан утицај туриста, продужен боравак);
4. Друштвено благостање (демократско доношење одлука, задржавање становништва, раст опште добробити, стабилност заједнице).

Слика 7. Модел спорог туризма (Рџсек, 2018, стр. 9)



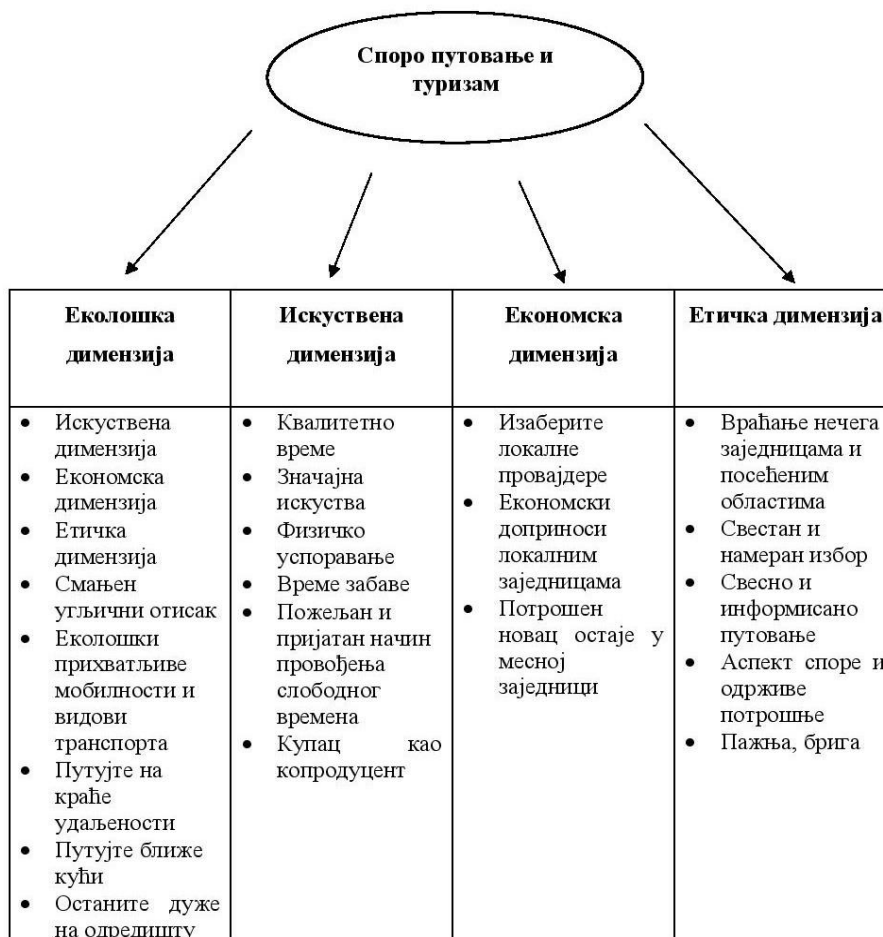
Локални карактер, као битан део концепта спорог покрета (Petrini, 2007, 2011) и теорије спорог туризма (Dickinson, 2010; Caffyn 2012), представљао је један од главних фактора у процесу формирања концепта (Рџсек, 2018). Фокус на искуству је стуб који спори туризам издваја и разликује од „зеленог туризма“ и приказује прелазак на економију искуства у читавом спектру привреде (Pine & Gilmore, 2011). Да је искуство доминантна компонента концепта спорог туризма слажу се и Петрини (Petrini 2007, 2011) и Гарднер (Gardner, 2009) који истичу значај колективних активности при сусрету туриста са локалним становништвом. Са друге стране, Пичек (Рџсек, 2018) наводи да друштвена, економска и еколошка компонента одрживости имају исти утицај, те их све подједнако треба узети у обзир приликом планирања на дестинацији.

Премда већина концепата не укључује економске факторе у своју теорију, Пичек (Рџсек, 2018) наводи значај који стварање прихода и профитабилност имају у улози одрживости дестинације. Наиме, ако заинтересоване стране у туризму дугорочно не виде бенефите у спором туризму, њихова мотивација ће ослабити. Аутор наводи предности задржавања профита унутар локалне заједнице, као могућност реинвестирања која дугорочно може довести до зелених развоја. Последњи стуб

представља синтезу свих позитивних утицаја које би локална заједница могла да има од спорог туризма. Како је локално становништво кључно, како у регенерацији, тако и у развоју туризма (Nospers, 2006) и представља значајан део туристичке понуде, веома је битно имати одобрење заједнице. Такође, битно је укључити локално становништво у процес доношења одлука, како би кроз њихово активно учешће могла бити осигурана стабилност заједнице која води ка усвајању туристичке стратегије која је дугорочно добра за туризам.

Најновији представљени концепт (Serdane, 2017) обухвата: искуствену, еколошку, економску и етичку димензију. Свим димензијама је заједнички фактор спорост.

Слика 8. Димензије спорог путовања и туризма (Serdane, 2017, стр. 90)



Све четири димензије подједнако су важне и све компоненте у потпуности су представљене у контексту спорог путовања. Колико ће нека димензија бити израженија од друге, зависи од угла посматрања актера у туризму (Guiver & McGrath, 2016).

2.4. Приступу дефинисању спорог туризма

Посматрајући у ширем смислу, спори туризам појавио се као нови тренд, те се временом развио дијалог о тешкоћама у дефинисању, као и у прихватању концепта који га најмеродавније приказује (Moira et al., 2017). Како постоје различите дефиниције, тако постоје и различита тумачења о томе да ли спори туризам може бити представљен као свеукупни приступ туризму, кровни бренд који обухвата различите врсте туризма, или као посебна туристичка ниша (Serdane, 2017).

На првом месту, спори туризам сматра се свеукупним приступом туризму, који се појавио као реакција на брз темпо путовања (масовни туризам), те представља његову супротност (Dickinson & Lumsdon, 2010; Dickinson et al., 2010; Groenendaal, 2012; Honoreé, 2009; Lumsdon & McGrath, 2011; Timms & Conway, 2011). Матос (Matos, 2004) наводи да спори туризам представља антитезу брзине, а Ричардс (Richards, 2019) га спомиње као антитезу урбаног живота. Стога се може закључити да се сваки вид туризма ком се приступа на спори начин и који не представља масовни туризам, може назвати спорим туризмом (Serdane, 2017).

Са друге стране, поједини аутори (Woehler, 2004; Murayama & Parker, 2012; Singh, 2012) наводе спори туризам као кровни бренд који обухвата различите врсте туризма и сматрају га „кровним бредном за нови туризам“ (Conway & Timms, 2010; Dickinson & Lumsdon, 2010). Моира и сарадници (Moira, et al., 2017) наводе да би спори туризам могао да представља концепт који обухвата алтернативне облике туризма као што су: агро-туризам, еко-туризам, гастрономски туризам, етно-туризам, туризам историјског наслеђа, природни и риболовни туризам, верско-културни туризам итд.

Напоследку, неколико аутора наводи спори туризам као посебну туристичку нишу која може привући одређени сегмент туриста и може се сврстати у неки други вид туризма као што су, на пример, велнес (енгл. *wellness*) или зелени туризам (Dickinson & Lumsdon, 2010; Matos, 2004; Moore, 2012).

Петроман, Вадува и Марин (Petroman, Văduva & Marin, 2021) сматрају да спори туризам има одлике традиционалних, модерних и алтернативних облика класичног туризма. Са друге стране, Јенсен (Jensen, 2013) предлаже да се спори туризам окарактерише као туристички феномен који се фокусира на „проживљеним тренуцима“,

те га сматрају обликом алтернативног туризма (Conway & Timms, 2010), туристичке нише у туризму (Smith, 2012), одрживог туризма и супротности масовном туризму.

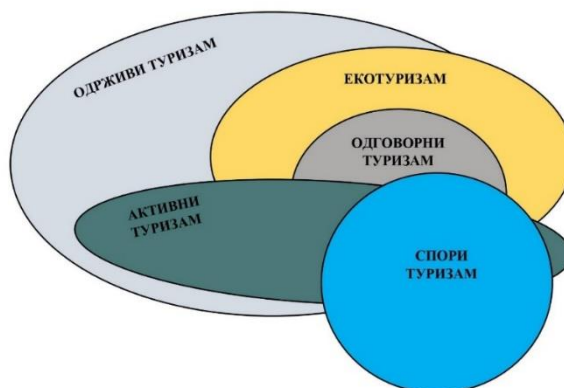
2.4.1. Повезаност са другим видовима туризма

Верује се да досадашњи обрасци актуелних видова туризма углавном више нису одрживи услед све већег броја туриста на дестинацијама који узрокују еколошку и друштвену штету. С обзиром да спори туризам значајно може утицати на економско и друштвено окружење дестинације (Timms & Conway, 2011), све је више цењен у туристичкој индустрији (Oh et al., 2016). Иако спори туризам не може бити решење свих проблема са којима се туристичка привреда суочава, он се сматра алтернативним приступом туризму (Markwell et al., 2012).

У литератури се често могу пронаћи примери повезивања спорог туризма и других видова туризма и путовања. Тако се спори туризам често ставља у контекст одрживог и еко-туризма (Serdane, 2017; Conway & Timms, 2012; Dodds, 2012; Nistoreanu et al., 2011; Svärd, 2013; Mondéjar-Jiménez, Ferrari, & Peiró-Signes, 2015; Pécsek, 2018). На пример, Дикинсон и Ламсдон (Dickson & Lumsdon, 2010) о спором туризму пишу као о путовању са ниским нивоом загађења, док га Тимс и Конвеј (Timms & Conway, 2011) наводе као алтернативни модел туризма који „обухвата проблеме еколошке, друштвене, културне и економске одрживости туризма“. Исти аутори наводе да спори туризам, поред еко-туризма, може представљати кровни бренд и за спортски или агро-туризам. Слично виђење има Вохлер (Woehler, 2004) који сматра да теоријска основа спорог туризма промовише инклузивнији концепт одрживости, фокусирајући се на супротстављање губитку локалне аутентичности. Такође, спори туризам повезује се са трендом велнеса и одрживог туризма као „споре разоноде“. С обзиром да се спори туризам фокусира на локалне заинтересоване стране и заједнице, сматра се да представља подскуп ширег концепта одрживог туризма а не његову замену (Dodds, 2012).

У литератури (Dall’Aglío, 2011) се могу пронаћи и примери мапа које дефинишу везе између одрживог туризма и других туристичких активности као што је, на пример, спори туризам (Слика 9).

Слика 9. Повезаност спорог и одрживих видова туризма



Извор: Dall'Aglio, 2011

Као што је приказано на претходној слици, одрживи туризам дели одређене карактеристике са другим видовима туризма:

- Доноси могућност да се осигурају дугорочне користи за локално окружење, заједницу и заинтересоване стране у туризму, као што то чини спори туризам;
- Препознаје централну улогу локалног становништва као протагониста развоја територије (одговорни туризам);
- Омогућава „путовања у „крхка, дивља и обично заштићена подручја“ тако што минимизира утицај на животну средину (као еко-туризам);
- Тежи „етичким циљевима“ промовишући образовање и поштовање путника (еко-туризам);
- Нуди комбинацију забаве, образовања, посматрања, поштовања и интеракције са локалним становништвом и заједницом (активни туризам).

Мурајама и Паркер (Murayama & Parker, 2012) истичу да би спори туризам могао да обухвата: зелени туризам, еко-туризам, здравствени туризам, агро-туризам, као и културни и гастрономски туризам. Матос (Matos, 2004) тврди да спори и велнес туризам повезују једноставан смештај, здрава исхрана, услуге које се пружају у мирној атмосфери чинећи одмор мирним и поштујући природу и окружење.

Синг (Singh, 2012) сугерише да спори туризам представља концепт који укључује широк спектар активности и туристичких производа. Аутор спори туризам доводи у везу са верским туризмом (ходочашћем) и културним туризмом, затим агро-туризмом, еко-туризмом, волонтерским туризмом и сеоским туризмом. Везу спорог туризма и

ходочашћа, које представља „парадигматски облик спорог путовања“ у свом раду наводи и Хауард (Howard, 2012). Потрага за једноставношћу, жеља за дубљим и аутентичним искуствима представљају карактеристике које повезују ове видове туризма. Поред ходочашћа, спори туризам се често доводи у везу са волонтерским туризмом, услед смањене мобилности, промене у начину путовања, али првенствено у ангажовању са локалним заједницама (Gibson, Pratt & Movono, 2012; Lipman & Murphy, 2012).

Напоследку, постоје и врсте туризма које нису компатибилне са спорим туризмом и представљају његову антитезу. Стога поједини аутори помињу спори туризам као „противотров“ масовном туризму (Gardner, 2009; Heitmann et al., 2011).

Табела 3. Поређење масовног туризма са спорим туризмом

Масовни туризам	Спори туризам
Брзо кретање	Споро кретање
Авион је доминантно превозно средство, углавном чартер летови (енглески <i>charter flights</i>)	Употреба споријих превозних средстава, углавном воза или аутобуса
Транспорт са високим садржајем емисије угљен-диоксида	Транспорт са ниским садржајем емисије угљен-диоксида
Брзина	Спорост
Путовање се поклапа са кретањем	Покрет је део путовања
Посета бројним туристичким атракцијама	Упознавање локалног карактера места
Квантификација области за посете	Квалификовање туристичког искуства –максимизирање уживања у дестинацији
Пасивни туристи	Активни туристи
Стандардизовано искуство	Аутентично искуство
Стандардизована исхрана	Локална и традиционална исхрана
Безлично познанство и низак контакт са местом и његовим становницима	Значајан контакт и права комуникација са дестинацијом и њеним становницима
Смештај у комерцијализованим одмаралиштима или хотелским комплексима	Смештај у мањим смештајним јединицама
Групне опције, недостатак флексибилности	Индивидуалне опције, флексибилност
Свеприсутност комуникације технологије током празника	Ослобађање од комуникационих технологија током одмора
Непрекидан контакт са послом	Нема контакта са послом

Извор: Moira, Mylonopoulos and Kondoudaki 2017, стр. 5

Масовни туризам подразумева кретање брзим темпом, често у великим организованим групама, путовање на далеке дестинације на које се путује најчешће авио-превозом. Овим темпом путовања, туристи немају прилику да остваре никакав контакт са дестинацијом и локалном заједницом. Туристи који су присталице овог вида туризма током свог путовања немају прилику да заиста „виде“ места која су посетили, услед недостатка флексибилности и жеље да током боравка на дестинацији обиђу што већи број атракција (Moira et al., 2017). Коришћење услуга смештаја који су високо комерцијализовани и конзумирање стандардизоване хране, туристима одузимају и најмању шансу да се приближе и упознају локалну културу дестинације коју су посетили. Са друге стране, спори туризам представља апсолутну супротност масовном туризму (Petroman et al., 2021) и својим карактеристикама чини да током свог путовања туристи осете праву суштину (Babou & Callot, 2009) и оно шта би суштински туризам требао да представља као делатност.



Слика 10. Активности обухваћене спорим туризмом

Извор: Dall'Aglio, 2011, стр. 67

Како се спори туризам преклапа са различитим видовима туризма, тако је и спектар активности повезаних са спорим туризмом веома широк и зависи само од маште понуде и жеља потрошача тј. туриста. Тако је створен свеобухватни оквир и

успостављени су јединствени критеријуми за разликовање активности које најпотпуније описују спори туризам (Слика 10). Као што је приказано на слици 10, аутори су успоставили две осе како би класификовали туристичке активности. То су „пасивно-активна“ и „индивидуално-масовна“ оса. Активности спорог туризма појављују се када се „активне“ активности састану са „индивидуалним“ активностима. Треба напоменути да се „индивидуалне“ активности не односе само на индивидуална путовања већ и на путовања у малим групама. Активности које заговара спори туризам окарактерисане су као све оне активности које су у складу са еко-туризмом, руралним туризмом, боравком у природи, трекингом и слично.

2.4.2. Рурални туризам као битан потенцијал развоја спорог туризма

Премда је спори туризам релативно нов концепт и бројна истраживања су спроведена на ову тему, постоје ограничена истраживања која су спроведена на тему повезаности спорог и руралног туризма, као и на тему перцепције спорог туризма у руралној дестинацији (Noor, Nair & Mura, 2011; Noor et al., 2015; Farhadi Uonaki, Rabani & Khorasani, 2022). Међутим, као што је раније напоменуто, спори туризам се углавном везује за концепт одрживог туризма (Intel, 2009) и наводи се као одговоран облик туризма (Oh et al., 2016). Досадашња литература о спором туризму углавном се бави дефинисањем и карактеристикама спорог туризма, док се мање бави истраживањем окружења које је погодно за бављење спорим туризмом (Noor et al., 2015). Иако поједини аутори (Zago, 2013; Lumsdon & McGrath, 2011) спомињу природна подручја када пишу о спором туризму, рурална подручја нису раније довођена у везу са спорим туризмом.

Са друге стране, имиџ руралних дестинација је друштвено конструисан да има спорији ниво потрошње од урбаних дестинација те стога постоји могућност да су руралне дестинације идеалан амбијент који олакшава примену спорог туризма (Noor et al., 2011). Рурална дестинација, са спорим начином живота, потенцијално би се могла сматрати „авенијом за спори туризам“ (Noor et al., 2015), с обзиром на то да рурални туризам негује очување окружења, културе као и спорог начина живота (Joffe, Yardley & Marks, 2004).

2.4.3. Спорне дестинације

Спори туризам окарактерисан је као врста туризма која акценат ставља на спорост, неужурбаност, једноставност, али и искључивање из метежа свакодневнице. Стим у вези, постоје дестинације које се могу назвати „спорим“, чиме је истакнут њихов карактер који их чини подесним за спори туризам (Noor et al., 2015). Спорне дестинације су мање популарне области руралног окружења, мале густине насељености, са богатим материјалним и нематеријалним ресурсима који се огледају кроз пејзаж, уметност, храну, вино итд. (Pavione et al., 2017). Пејзаж високог квалитета, у комбинацији са локалном традицијом и историјом, даје им карактеристику културних дистрикта (Caffin, 2012; Dickinson et al., 2011). Дестинација спорог туризма треба да представља територију која обраћа пажњу на одрживост локалитета и квалитет живота локалне заједнице избегавајући тако сукобе који се дешавају у дестинацијама које пропагирају масовни туризам и које привлаче велики број туриста (Noor et al., 2011). Такође, предлаже се да „споро“ одредиште буде област где се цени уживање у времену (Parkins & Craig, 2009).

Рурално подручје може имати одређене карактеристике „спорог“ одредишта јер припада у потпуности природној средини, уз присуство традиционалне структуре заједнице које се огледа у стилу живота који фасцинира туристе и који их покреће да учествују у њему (Kastenholz & Lima, 2013). Стил руралних подручја карактерише спорији темпо живота који туристима у руралним дестинацијама представља искуства која су ближа природном окружењу и традиционалном наслеђу (Liu, 2006). Управо „спора“ искуства одражавају јединствене особине локалне заједнице, истичући важност наслеђа и начина живота у заједници (Lumsdon & McGrath, 2011). Осим очувања традиције и културе, еколошке карактеристике руралног подручја и зелене праксе које могу бити омогућене кроз спровођење спорог туризма, битне су карактеристике руралног подручја у служби спорог туризма (Noor et al., 2011).

У свом раду Нур и сарадници (Noor et al., 2015) наводе сличности између руралног и спорог туризма (Табела 4), узимајући у обзир релевантну литературу о наведеним облицима туризма. Увидом у сличности оба типа туризма, они уводе радну дефиницију спорог туризма у руралној дестинацији која гласи: „Спори туризам је врста туризма у руралном окружењу која је малог обима и која се састоји од психолошког приступа путовању наглашавајући аутентична искуства, еколошку одрживост и

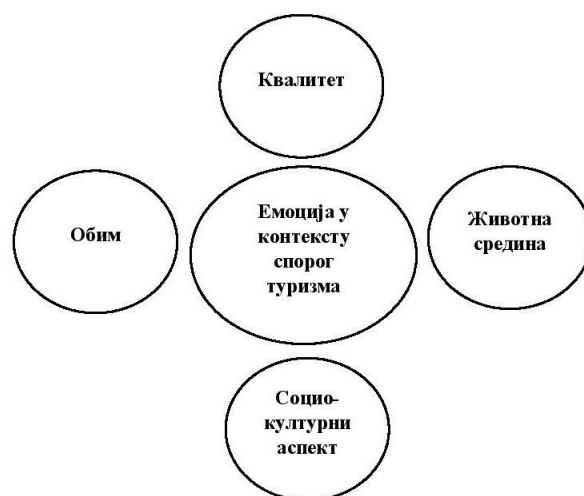
супротстављену потрошњи модерног друштва“ (Noor et al., 2015, стр. 4). Стога, руралне дестинације представљају идеално место за спровођење спорог туризма.

Табела 4. Сличности у концептима спорог туризма и руралног туризма

Спори туризам	Рурални туризам
Мали обим (Markwell et al., 2012)	Мали обим (Blanco, 1996)
Аутентичан (Markwell et al., 2012)	Аутентичан (Marie & Vilard, 1977)
Одрживост животне средине (Lipman & Murphy, 2012)	Одрживост животне средине (Jonas & Mansfield, 2005)
Против модерне потрошње (Timms & Conway, 2012)	Против модерне потрошње (Sharpley, 2002)
Психолошки (Gardner, 2009)	Психолошки (Voase, 1995)

Извор: Noor et al., 2015

Како се спори туризам може спроводити како у урбаном, тако и у руралном окружењу, избор да се предложи скуп дефиниција спорог туризма у руралном окружењу представља почетни корак ка идеји да се спори туризам промовише као део понуде руралних дестинација. Исти аутори су користећи тематску анализу постојеће литературе о спором туризму, формирали почетни оквир за спори туризам на руралној дестинацији. Они издвајају емоцију као значајан индикатор за концептуални оквир спорог туризма (Noor et al., 2015). Поред емоције, као индикатори перцепције спорог туризма у руралним областима издвајају се квалитет, обим, животна средина и социокултурни аспект (Слика 11).



Слика 11. Оквир спорог туризма у руралној дестинацији (Извор: Noor et al., 2015, стр. 4)

2.5. Мотивација у спором туризму

Већ дуги низ година мотивација представља важан сегмент у истраживањима у области туризма (Huang, 2010). Мотивација у туризму представља скуп фактора који објашњавају зашто туристи желе да посете одређену дестинацију, плате услугу или производ, или да буду укључени у неку активност (Horner & Svarbrooke, 2016; Park & Yoon, 2009). Такође, мотивација се може посматрати као „збир биолошких и културних сила које покрећу одређено понашање“ (Pearce, 2011). На основу прегледа литературе из области мотивације Сефе и Обоно (Tsephe & Obono, 2013) издвајају пет теоријских оквира мотивације у туризму:

1. Теорија жудње за сунцем и лутањем (Gray, 1970);
2. Теорија *push & pull* фактора (Farmaki, 2012);
3. Лична и интерперсонална теорија (Mannell & Iso-Ahola, 1987);
4. Теорија физичке, статусне и престижне, културне и безличне мотивације (McIntosh & Goeldner, 1990);
5. Теорија унутрашње и спољашње усмерених вредности (Gnoth, 1997).

Значај мотивације у туризму препознат је дуги низ година у туристичкој литератури (Crompton, 1979; Kozak, 2002; Chiang & Jogaratnam, 2006; Rittichainuwat, Ku & Mongkhonvanit, 2008; Devesa, Laguna & Palacios, 2009; Demirović, Berjan, Milentijević, El Bilali, & Syromiatnikova, 2019). Како мотиви и задовољство туриста чине основу за разумевање понашња туриста (Xu & Chan, 2016), важно је разумети туристичку мотивацију будући да она утиче на перцепцију посетилаца о дестинацијама и може се користити у сврху промоције дестинације (Pearce, 2011). Такође, разумевање мотивације туриста важно је за дестинацијске и маркетинг менаџере, како би пројектовали боље услуге и производе, на основу онога што покреће туристе (Jensen, 2013; Özdemir & Celebi, 2018). Основне и додатне вредности за туристе могу се створити само ако менаџери и планери туризма добро познају мотиве туриста за посету одређеној дестинацији (Demirović et al., 2019).

Услед преусмеравања туристичких кретања од масовних ка селективним облицима туризма, јавља се велики број различитих мотива који представљају покретаче туристичких кретања (Ђурановић et al., 2019). Досадашња истраживања везана за

мотивацију туриста који практикују спори туризам веома су оскудна и тек постају актуелна у литератури. До сада је спроведено само неколико студија на ову тему (Robbins & Cho, 2012; Oh et al., 2016; Özdemir & Çelebi, 2018; Đuranović et al., 2019). Мотивација је веома битна у смислу разумевања процеса доношења одлука туриста, маркетиншки стручњаци на дестинацијама морају да разумеју шта мотивише туристе да изаберу спори туризам.

У једном од првих истраживања које је спроведено на тему ко су спори туристи и шта их мотивише, Робинс и Чо (Robbins & Cho, 2012) идентификовали су пет главних тема везаних за то шта покреће туристе на спора путовања. Теме које су издвојили односе се на: новине и нова искуства која туристи стичу на спором путовању, опуштање и бекство из урбане свакодневнице, друштвену интеракцију и ангажовање са локалним становништвом, модални избор (начин транспорта) током путовања и на културне разлике разумевања тога шта споро путовање представља.

Концепт спорог туризма може се посматрати из перспективе процеса потрошње вођеног циљем (Oh et al., 2016), те спори туризам представља циљно вођену активност или низ активности. Да би развили концептуални модел спорог туризма, аутори су се ослањали на теорију циљно виђеног понашања потрошача (Bagozzi & Dholakia, 1999), у коме су кључни елементи: постављање циљева, акција планирања и (не)постизање циља. Концептуални оквир мотивације спорог туризма (Oh et al., 2016) приказује три фазе од којих се прва односи на мотивацију за спори туризам, друга на циљеве које туристи поставе, а трећа на исходе након спорих путовања. Исти аутори су утврдили шест општих мотива спорог туризма (опуштање, саморефлексија, бекство, тражење новина, ангажовање и откривање), два циља путовања (самообогаћење и ревитализација) и три исхода спорог путовања (задовољство, будуће намере и жеља за повратком на дестинацију). Што је мотивација јача, већа је вероватноћа да ће циљеви бити постигнути, јер ће се путник више трудити. Очекује се и да се постизање циљева спорог туризма позитивно одрази на опште исходе путовања. Такође, степен постизања циља одређује задовољство туриста путовањем и будуће намере, односно будуће понашање (Higgins, 2002).

Са друге стране, мотивација у туризму најчешће се посматра у контексту *push* и *pull* фактора. Реч је о двофазном процесу у оквиру ког потрошачи доносе одлуке о путовању на основу интерних фактора (*push*) који наводе туристе на путовање и врше избор дестинације на основу екстерних фактора (*pull*) тј. атрибута дестинације који

олакшавају избор одабира дестинације (Xu & Chan, 2016; Wong, Musa & Taha, 2017). Интерни фактори описују се као специфичности личности–туриста, а екстерни фактори као специфичности дестинације (Heitmann, 2011). Стога се група *push* мотива може сматрати „истинским мотивационим силама“ (Pearce, 2011) и у ту групу се убрајају психолошки мотиви попут бега, релаксације, одмора, друштвене релаксације (Kim, Oh & Jogaratnam, 2007) док се у групу *pull* мотива убрајају мотиви као што су атрибути дестинације (нпр. природне атрактивности, локална храна, смештајни капацитети) или мотиви попут сазнања и образовања (Page, 2014).

Мотивацију спорих туриста из угла мотива притиска и гурања анализирају и Оздемир и Челеби (Özdemir and Çelebi, 2018). Аутори се осврћу и потврђују све претходно наведене мотиве спорог туризма (опуштање, саморефлексија и откриће, бекство, трагање за новитетима, као интерни мотиви, и ангажовање као једини екстерни мотив) остављајући свој лични печат, уносећи мотив везан за бригу о животној средини и друштвеној интеракцији који представљају интерне (*pull*) факторе. Размишљање о томе шта мотивише туристе да изаберу спори туризам један је од кључних фактора за осмишљавање квалитетнијег производа и услуга на дестинацији (Özdemir and Çelebi, 2018).

2.5.1. Веза мотивације у спором и руралном туризму

Како је утврђено да постоје бројне сличности између спорог и руралног туризма (Noor et al., 2015), тако се из постојеће литературе може видети да се мотиви руралног туризма не разликују суштински од мотива спорог туризма.



Слика 12. Модел мотивације у руралном туризму (извор: Tsephe & Obono, 2013, стр. 4)

Сефе и Обоно (Tserphe & Obono, 2013) приказали су модел мотивације у руралном туризму такође кроз призму *push* и *pull* мотива (Слика 12).

На основу истражања Дуње Демировић и сарадника (Demirović et al., 2019) такође се уочава да се мотиви руралног туризма не разликују суштински од мотива спорог туризма (Табела 5).

Табела 5. Резултати за уочену важност мотивације за путовање у руралну дестинацију

Доживљавање и стицање знања о различитим културама, историји или начину живота
Доживети нешто ново и другачије
Опуштање
Уживање у осећају слободе на селу
Посета породици и пријатељима
Посматрање природних лепота, пасторалних окружења и сликовитих видика
Уживање у промени темпа свакодневног живота
Поновно повезивање са прошлошћу (својом или општом)

Извор: Demirović, et al., 2019, стр. 32

У овом раду, спори туризам је посматран као врста туризма у којој путници показују своју жељу да доживе квалитетна искуства на путовању кроз упознавање културе, историје, традиције и гастрономије локалног становништва. Поред тога, туристи који учествују у спором туризму истражују дестинације својом брзином без унапред одређеног распореда или наметнутих временских ограничења. Спори туризам подржава боравак у дестинацијама са руралним, културним или одрживим амбијентом, при чему друштвена, економска и еколошка компонента одрживости дестинације имају исти утицај, те их све подједнако треба узети у обзир. То значи да спори туризам по својим карактеристикама фаворизује рурална подручја, подручја богата културним вредностима, али не и пренасељена, и подручја богата природним потенцијалом. За разлику од досадашњих истраживања, поред искуства туриста и темпа путовања, као битна карактеристика спорог туризма наводи се амбијент у ком се спори туризам одвија. У досадашњим истраживањима ова компонента није навођена као важан елемент у спором туризму.

Слика 13. Концепт спорог туризма

СПОРИ ТУРИЗАМ	Квалитетно искуство	<ul style="list-style-type: none"> • локална култура • историја • традиција • гастрономија
	Темпо путовања	<ul style="list-style-type: none"> • својом брзином • без унапред одређеног распореда • без временски наметнутих ограничења
	Амбијент	<ul style="list-style-type: none"> • рурални • културни • одрживи

Извор: Израда аутора

На основу досадашњих истраживања као и спроведеног теренског рада и истраживања на територији Западне Србије аутор предлаже следећу дефиницију спорог туризма:

Спори туризам представља врсту туризма у којој учествују путници који желе да доживе квалитетна искуства на путовању кроз упознавање културе, историје, традиције и гастрономије локалног становништва. Кроз спори туризам туристи истражују дестинације својом брзином без унапред одређеног распореда или наметнутих временских ограничења. Спори туризам подржава боравак у одрживим руралним, културним или еко-дестинацијама, при чему друштвена, економска и еколошка компонента одрживости дестинације имају исти утицај, те их све подједнако треба узети у обзир. Стога, спори туризам се одвија претежно у руралним, мање насељеним подручјима, која су богата како природним, тако и културним вредностима.

3. УЛОГА ЛОКАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА

Заједница се може посматрати као група људи са сличним карактеристикама, као место у коме људи живе, или пак као брига коју људи деле. Локално становништво увек је прималац социокултурних, економских и еколошких утицаја развоја туризма, стога став локалног становништва према туризму, акције подршке или супростављања, утичу на туризам, премда ово није увек схваћено, посебно у малим регионима са брзим растом (Peters, Chan & Legerer, 2018).

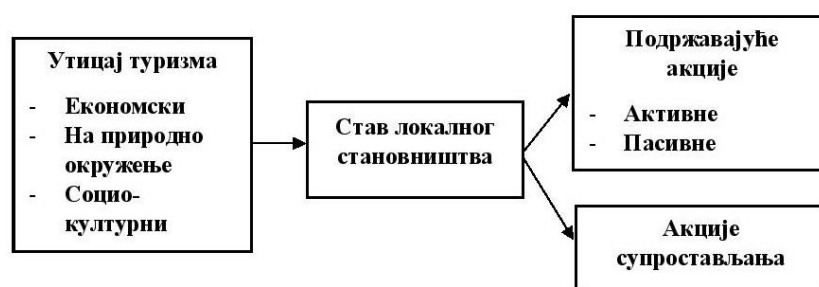
Укљученост заједнице предложена је као кључни фактор у мноштву студија (Carpenter & Miller, 2011; Simmons, 1994; Alshboul, 2016) у којима се посебно истиче предност образовања локалног становништва у погледу одрживости. Локална заједница постала је један од најважнијих актера у туристичкој привреди (Demirović Bajrami, Radosavac, Cimbajević, Tretiakova & Syromiatnikova, 2020; Eshliki & Kaboudi, 2012; Cañizares, Tabales & García, 2014; Lo, Ramayah & Hui, 2014; Harun, Chiciudean, Sirwan, Arion & Muresan, 2018). Активно учешће и укљученост заједнице од суштинског је значаја за успешан производ туризма (Kim, Park & Phandanouvong, 2014). Учешће заједнице у развоју туризма последњих неколико деценија долази до изражаја, те се односи између приватног сектора и локалне заједнице повећавају и побољшавају, услед све присутнијег приватног сектора који замењује јавни сектор пословања (Marais, 2011).

Активно учешће и укљученост заједнице од суштинског су значаја за развој успешног туристичког производа (Roberts & Hall, 2001). Такође, туризам заснован на заједници ефикасан је начин да се осигура одрживост у сектору туризма, као и да се промовише квалитет живота локалног становништва и очување ресурса (Scheyvens, 1999). Рецимо, туризам у руралним срединама могао би представљати добру опцију за становништво које жели да очува рурално наслеђе (пејзаж, културу и начин живота) и унапређује или одржава пољопривредни развој (Chuang, 2010). Шани и Пизам (Shani & Pizam, 2012) наглашавају да учешће заједнице представља витални део одрживог развоја туризма, те да би заједница првобитно требала да буде продуктивна и да доприноси развоју, како би се покренули пројекти развоја туризма (Yu, Charles Chancellor & Tian Cole, 2011). Нажалост, локално становништво је у великом броју случајева искључено из процеса планирања, процеса доношења одлука и целокупног развоја туризма у туристичким дестинацијима (Teue, Sirakaya & Sönmez, 2002) премда би заједница требала да представља кључни фактор у управљању туризмом (Cater, 1994).

Са друге стране, Кармакар (Karmakar, 2011) наводи да се временом повећава укључивање и консултовање локалне заједнице приликом прављења стратегија развоја туризма, кроз многе важне области, као што су економија, друштвени аспект, култура или животна средина. Стога је подршка локалног становништва развоју туризма постала веома важно питање за бројне истраживаче (Ezeuduji & Rid, 2011; Lepp, 2008; Leslie & Wilson, 2005; Liu, 2006; Nunkoo & Gursoy, 2012; Styliadis, Biran, Sit & Szivas, 2014). Према је локално становништво део самог туристичког производа, оно може дестинацији да обезбеди успех или неуспех у погледу нивоа задовољства туриста. Тако, становништво са негативним ставовима ка развоју туризма може спречити туристе да уживају у аутентичним искуствима која одговарају очекивањима посетилаца који траже искуства која укључују прилике за учешће и учење (Camprón-Cerro, Folgado-Fernández, & Hernández-Mogollón, 2017). Степен учешћа локалне заједнице у туризму снажно је повезан са ефектима које туризам оставља. Тако, степен учешћа локалне заједнице и њихова реакција на развој туризма често може зависити од личних користи које заједница може остварити од туризма (Hanafiah, Jamaluddin & Zulkifly, 2013). Такође, локално становништво сматра да могућност да имају више новца за трошење, као и да имају подршку локалних власти да промовишу развој туризма, битно утичу на развој туризма (Petrović, Blešić, Vujko & Gajić, 2017). Уколико је локална заједница више укључена у рад локалних удружења, доношење локалних прописа, развијање стратегија и доношење других важних одлука на локалном нивоу, она снажније подржава развојне промене туризма (Petrović, Gelbman, Demirović, Gagić & Vuković, 2017). У вези са тим, заједница позитивно перципира туризам и његов развој, очекујући да ће у будућности његов развој повећати квалитет живота становника (Demirović et al., 2020). Исти аутори наводе да је приврженост становника заједници позитивно повезана са перцепцијом становника ка развоју туризма. Развој туризма у заједници умногоме се поклапа са текућим одрживим развојем заједнице (Sebele, 2010; Petrović, Tretiakova & Marcouiller, 2021). Ниво доприноса локалне заједнице туризму зависи од бројних фактора као што су представници власти, туристичке организације, привредни субјекти и сви други локални стејкхолдери, као и од сарадње између владе и локалног становништва (Zamil, 2011). Постоји потреба за развојем стратешких партнерстава са јавним и приватним сектором, како би се покретали одрживи туристички пројекти вођени заједницом, а који ће омогућити дугорочни економски раст у региону (Saravanan & Rao, 2012).

Премда локално становништво може на различите начине реаговати на утицаје туризма, још увек постоји ограничено разумевање ове теме. Становници представљају суштински део сваке туристичке дестинације, што значи да је неопходно дубље разумевање њихових ставова према развоју туризма како би ти ставови могли допринети успеху дестинације (Camprón-Cerro et al., 2017). Док Кармајкл (Carmichael, 2000) анализира колико се позитивни и негативни ставови одражавају на понашање становника и њихове касније поступке, поједине студије о односима локалног становништва према туризму занемарују тему понашања (Vargas-Sanchez, Porrás-Bueno, & de los Ángeles Plaza-Mejía, 2011). Поједини истраживачи су сугерисали да локалне заједнице којима је потребан економски развој, спремно прихватају туризам (Smith & Krannich, 1998; Haralambopoulos & Pizam, 1994; King, Pizam & Milman, 1993; Ezeuduji & Rid, 2011). Са друге стране, постоји могућност да заједнице попут руралне могу реаговати узнемирено на нови развој туризма (Lepp, 2008). Поједини истраживачи (Jackson & Inbakaran, 2006; Nunkoo & Gursoy, 2012) заобишли су аспект реакције, већ су истраживали подршку становника туризму и предвиђање њихових акција (Peters et al., 2018). Наглашава се да је важно утврдити везу између утицаја туризма, локалног становништва и понашања које се може предузети као акција (Peters et al., 2018), (Слика 14).

Слика 14. Веза између утицаја туризма, ставова локалног становништва и понашања које се може предузети. Извор: Peters et al., 2018, стр. 3



Доносиоци одлука у дестинацијама морају разумети како акције подршке могу бити повезане са ставовима локалног становништва, без обзира на то да ли су ти ставови позитивни или негативни. Такође, сугерише се спровођење мера како би се негативни ставови развили и довели до негативних акција као последица (Sharma & Dyer, 2009).

Поред теме о укључености локалне заједнице у развој туризма, током последњих деценија од стране научника и стручњака у туризму, све већа пажња придаје се томе како локално становништво перципира утицаје туризма (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014; Albalate & Bel, 2010; Nunkoo & Ramkissoon, 2011). Велики број истраживања и студија бавило се идентификовањем широког спектра позитивних и негативних утицаја туризма који могу утицати на ставове локалног становништва према туризму (Harill, 2004; Lepp, 2008; Zamani-Farahani & Musa, 2008; Vargas-Sanchez et al., 2011; Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Nunkoo & Gursoy, 2012; Seyfi, Nikjoo, Rezaei, & Siyamian, 2013).

Концепт ставова локалног становништва детаљно је истражена тема у литератури последњих деценија (Peters et al., 2018), због чега су бројни модели предложени као покушај мерења и предвиђања ставова локалног становништва (McGehee & Andereck, 2004). Разумевање ставова локалног становништва о утицајима туризма треба узети као битан фактор који ће утицати на њихово ангажовање у фази планирања одрживог развоја туризма (Andereck & Vogt, 2000). Такође, разумевање ставова према развоју туризма доводи до минимизирања негативних утицаја и максимизирања подршке туристичким иницијативама. Стога, одрживо туристичко планирање неизбежно захтева ангажовање локалне заједнице у свим фазама развоја (Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Seyfi et al., 2013).

Став резидената је једна од најкомплеснијих и најистраживанијих тема у оквиру студија туризма (McGehee & Andereck, 2004). Ова тема важна је за успешан и одржив развој туризма, премда су основ туризма такозвани „домаћинско-гостински“ односи (Smith, 1989) чија природа може одредити у којој мери ће туристи имати задовољавајуће искуство на дестинацији (Reisinger & Turner, 2002), те ће успех туристичке индустрије зависити од локалних атракција и гостољубивости домицилних становника (Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002). Са друге стране, негативни ставови становника могу бити хендикеп у развоју туристичких дестинација (Diedrich & García-Buades, 2009; Sirakaya, Teye & Sönmez, 2002). Бројна истраживања су се фокусирала на став становника о развоју туризма и односима према туристима (Jurowski, Uysal & Williams, 1997; López, Virto, Manzano & Miranda, 2018; Andereck & Vogt, 2000; Ko & Stewart, 2002; Harrill, 2004). Познавање ставова локалног становништва о недостацима и предностима развоја туризма може помоћи планерима и доносиоцима одлука у спровођењу одговарајућих политика за минимизирање негативних утицаја и постизање благостања становника (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014; McGehee & Andereck, 2004).

Концепт везаности за место, приврженост заједници, постао је значајна тема у истраживањима туризма (Tsai, 2012). Приврженост укључује односе између локалног становништва и њихове околине, што се може огледати у позитивним, негативним или помешаним осећањима. На овај начин, приврженост може имати кључну улогу у утицају на перцепцију локалног становништва и њихове ставове према развоју туризма у њиховој заједници (Nicholas, Thapa & Ko, 2009; Kil, Holland, Stein & Ko, 2012).

Упркос честом недостатку директног учешћа у доношењу одлука везаних за туризам, локалне заједнице би могле имати бројне користи од развоја туризма. Свакако је најзначајнија корист од развоја туризма економска добит коју локална заједница очекује од туристичких активности. Досадашње студије показују да резиденти сматрају да туризам помаже локалној економији (Ritchie, 1988), да утиче на општи пораст животног стандарда локалне заједнице (Var & Kim, 1989) и поспешује укупну куповну моћ (Lee, Backman & Backman, 1997). Такође, туризам директно подстиче отварање нових радних места (Var & Kim, 1989; Lee et al., 1997) што може индиректно довести до смањења криминала, с обзиром да ће људи имати посао и мање ће бити шансе да буду увучени у деликвентно и антисоцијално понашање (Alshboul, 2016).

Индиректан, али веома битан допринос добробити локалне заједнице укључује промоцију и укључивање других сектора. Сектори попут пољопривреде, банкарства, транспорта и многих других делатности имају директне и индиректне користи од туризма. Туризам доприноси разноликости економских активности на дестинацији (Sahli & Nowak, 2007). Поред великих и мала предузећа имају велике користи од повећане потрошње остварене туристичким активностима. Један од примера је пољопривреда, чији се производи користе директно у сврхе туризма. Вал (Wall, 1996) наводи да дестинације са развијеним туризмом захтевају улагања у развој одређене инфраструктуре, стога побољшање транспорта, комуникационих и других објеката користи локалној заједници у целини. Одрживост животне средине која ће бити од користи за будуће генерације и развој одрживог туризма може представљати битну корист коју заједница може имати. Наиме, влада, невладине организације и појединци раде заједно на развоју одрживих туристичких могућности које ће бити од помоћи локалним привредама да минимизирају негативне утицаје на животну средину и културу (UNWTO, 2014). Поред заштите за будуће генерације, природан изглед дестинације је сам по себи најчешћи повод туристима да посете одређену дестинацију (Pizam, Fleischer & Mansfeld, 2002). Према Вару и Киму (Var & Kim, 1989). Туризам доприноси стварању

представе и свести о потреби очувања животне средине у њеном изворном облику, али и подстиче инфраструктуралне инвестиције у сврху туристичке афирмације природних и културних добара локалне средине. Треба споменути и бројне друштвене (социолошке и културне) утицаје које туризам остварује. Наиме, туризам доприноси стварању бројних објеката и догађаја културе, попут позоришта, концерата, биоскопа, тематских музеја, али и уређивању зелених површина, бициклических и пешачких стаза које ће омогућити бављење спортом и рекреацијом.

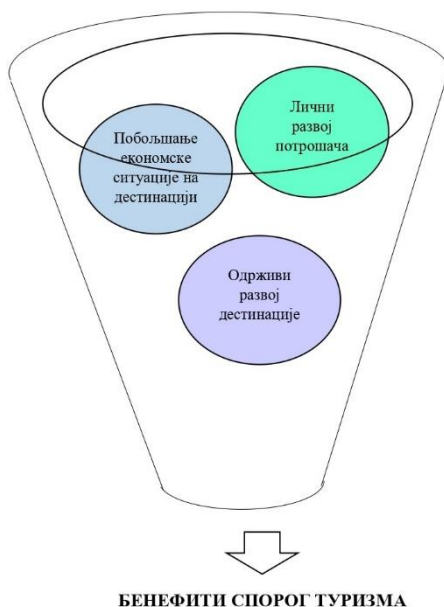
У литератури о туризму почињу да се објављују студије које испитују односе између варијабли као што су перцепција развоја туризма, ставови локалног становништва, приврженост заједници или квалитет живота (Campón-Cerro et al., 2017; Demirović et al., 2020; Gursoy & Rutherford, 2004; Lee, 2013; Stylidis et al., 2014). Боље разумевање односа представљених варијабли је фундаментално за развој и имплементацију стратегија управљања које ће допринети дугорочном одрживом развоју туризма који узима у обзир потребе локалног становништва и најбоље коришћење ресурса (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014).

У ранијим поглављима приказана је веза и сличност која се јавља између руралног и спорог туризма. Акама и Киети (Akama & Kieti, 2007) су истраживали начине на које туризам може да допринесе одрживом руралном развоју у земљама у развоју. То се може односити и на спори туризам. Они наводе:

1. Стварање могућности за запошљавање локалног становништва;
2. Подстицање сарадње јавног и приватног сектора, као и невладиних организација са локалним заједницама;
3. Јачање социокултурних ефеката туризма;
4. Омогућавање локалног приступа услугама и инфраструктури коју користе туристи;
5. Подршка учешћу локалних заједница;
6. Подстицање изградње институционалних капацитета како би се локално становништво могло активно укључити.

Слично виђење имају Петроман и сарадници (Petroman et al., 2021) који наводе главне предности бављења спорим туризмом, а то су: лични развој туристичког потрошача; побољшање економске ситуације дестинације; одрживи развој подручја (Слика 15).

Слика 15. Главне предности бављења спорим туризмом, Извор: Petroman et al., 2021, стр. 268



Спори туризам, којим добро управљају актери у туристичким дестинацијама, може понудити нов начини размишљања, пријатна искуства која могу подржати промену начина живота, добре праксе комуникације са становницима и добре праксе управљања заштитом животне средине. Главне предности спорог туризма за одрживи развој туристичких дестинација могу бити: јачање осећаја идентитета и поноса дестинације због пољопривреде, традиционалних занимања и гастрономских производа, бављење делатностима које подразумевају уживање у туристичком искуству, заштита природне средине, најбоље праксе управљања квалитетом производа/услуга које се нуде, отварање нових радних места и додатни приход за становнике алтернативних делатности, привлачење одређених тржишних сегмената (Petroman et al., 2021).

4. ПРЕГЛЕД ИСТРАЖИВАНОГ ПОДРУЧЈА

У домаћој литератури постоје бројни покушаји туристичке регионализације земље. Према Ромелићу (2008), на територији Србије постоји више туристичких регија и простора који имају одређени идентитет, али се услед испреплетаности са другим регијама не могу идентификовати као потпуно самосталне регионалне целине. Како постоје разне дефиниције туристичких регија, исти аутор (Ромелић, 2008) сматра да је најпогоднија и најобухватнија дефиниција постављена од стране Васовића (1979), која истиче да је туристичка регија просторна целина у којој је туризам доминантна или обједињујућа функција, а географски лик у основи је последица те функције. Кроз дугогодишња истраживања чињени су покушаји туристичке регионализације земље, при чему су коришћени различити принципи и методе. Према Николићу (1984), Србија је подељена на туристичке регије: ђердапску, нишко-сокобањску, јужноморавску, ваљевско-подрињску, златиборску, голијску, новопазарску, врњачкобањску и копаоничку, док Станковић (1994) дели Србију на следеће просторне целине: ђердапску, нишко-бањску, златиборску, копаоничку, шарпланинску, проклетијску, старопланинску, фрушкогорску, београдску и врњачкобањску.

Дефиниција регионализације Србије која је од значаја за дефинисање истраживаног подручја Западне Србије поставили су Марковић и Павловић (1995), према којој је Србија подељена на панонску и планинско-долинско-котлинску макрорегију. У подручје панонског дела Србије спадају Војводина са Мачвом, Доњом Колубаром и Великим Поморављем, док перипанонском делу Србије припадају Западна Србија (Посавина, Подрињска Србија, Подгорина) и Шумадија, Западно Поморавље и Источна Србија (Стиг и Браничево). Са друге стране, у подручје планинско-долинско-котлинске макрорегије спадају Источна Србија, Западна и Јужна Србија (Стари Влах, Рашка, Доњоибарско-копаоничка регија) и Косово и Метохија.

Стратегија развоја туризма Републике Србије од 2005. до 2015. године, врши регионализацију Србије применом кластерована, односно издвајања карактеристичних туристичких кластера у Србији. Према наведеној регионализацији, у Србији се издвајају четири кластера: Војводина (водено благо, панонски ужитак), Београд (заводљив и узбудљив; креативан и иновативан), Југозападна Србија (историја и традиција с руралним ужицима) и Југоисточна Србија („*life loving, breath taking*“). Са друге стране, Стратегијом развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године иде

се корак даље у дефинисању приоритетних туристичких регија. Стратегијом је дефинисано 18 приоритетних туристичких регија које су важне за комплетирање туристичког производа, а дефинисане су према до сада развијеној инфраструктури и супраструктури, доступности и оствареном промету. Наведене приоритетне туристичке дестинације су: Београд; Нови Сад, Фрушка гора и Сремски Карловци; Суботица, Палић и Потисје; Туристичка регија Западна Србија; Копаоник; Крагујевац/Поморавље; Врњачка Бања; Сокобања; Подунавље (три сегмента: Горње Подунавље, Средње Подунавље и Доње Подунавље); Аранђеловац, Топола; Голија, Нови Пазар и Ивањица; Дивчибаре и Ваљево; Ниш, Нишка Бања; Власина, Врање, Врањска Бања; Стиг и Кучајске планине; Банат/Вршац; Стара планина; Подриње/Лозница/Бања Ковиљача.

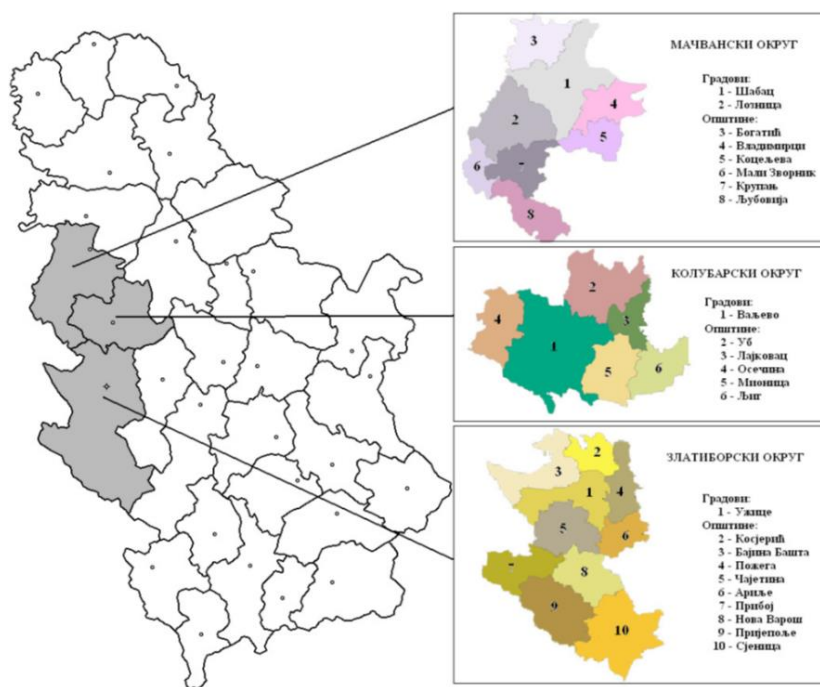
Скица 1. Статистичке функционалне територијалне јединице (Уредба о номенклатури статистичких територијалних јединица, 2009)



Административно, Република Србија је уређена Уредбом о номенклатури статистичких територијалних јединица и Законом о регионалном развоју из 2009. године (Скица 1). На основу критеријума утврђених овом уредбом, у Републици Србији се образују две функционалне целине: Србија – север (Београдски регион и Регион Војводине) и Србија – југ (Регион Шумадије и Западне Србије, Регион Јужне и Источне Србије и Регион Косова и Метохије). Регион Шумадије и Западне Србије чини осам области нивоа НСТЈ 3 у чији састав улазе територије јединице локалне самоуправе у саставу управних округа и то: Златиборски управни округ, Колубарски управни округ, Мачвански управни округ, Моравички управни округ, Поморавски управни округ, Расински управни округ, Рашки управни округ и Шумадијски управни округ.

За потребе свеобухватног прикупљања података и прегледног приказа резултата истраживања, а узимајући у обзир претходно наведене административне, туристичке и географске поделе, дефинисана је територија истраживачког подручја Западне Србије. Територија Западне Србије, која је предмет ове дисертације, обухвата административно Мачвански, Колубарски и Златиборски округ (Слика 16).

Слика 16. Административна подела Западне Србије по окрузима и општинама
(Аутор: Ивановић, 2013)



У њеним оквирима налазе се туристички приоритетне регије: Подриње/Лозница/Бања Ковиљача, Дивчибаре/Ваљево и туристичка регија Западна Србија, односно географски регија заузима простор Западне Србије којој је додат и део Југозападне Србије (Стари Влах) који лежи јужно од реке Ћетиње (Марковић и Павловић, 1995). Дефинисана територија подудар се са територијом истраживања Ивановића (2013), чије се истраживање бавило стањем и перспективама развоја културног туризма у Западној Србији.

4.1. Туристичко-географски положај

Добро познавање туристичких и природних вредности Републике Србије и њених регија, основа је за туристичку валоризацију, која представља комплексну анализу и оцену туристичке вредности простора (Станковић, 2019). Веома важан елемент, како туристичке валоризације Западне Србије тако и њених ресурса за развој туризма, представља њен туристичко-географски положај (Ивановић, 2013).

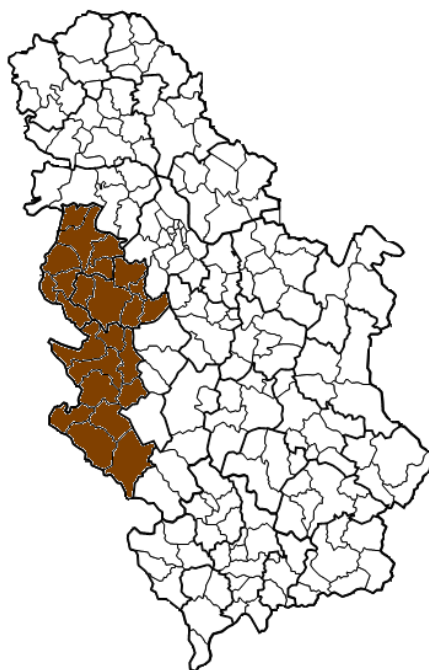
Регија Западна Србија поседује повољан и комплексан туристички и географски положај. На северу омеђена је реком Савом, на западу реком Дрином, Шумадијом и Западним Поморављем на истоку, док се јужно од реке Ћетиње простире Стари Влах, који је омеђен државном границом са Босном и Херцеговином на западу и државном границом са Црном Гором на југозападу. Простире се на површини од 11.882 km² што представља 13,43% територије Републике Србије. На њеној територији, по попису из 2022. године, живи 692.794 становника, што чини 10,35% укупног броја становника државе.

Западна Србија заузима западни део Републике Србије обухватајући административно Мачвански, Колубарски и Златиборски управни округ, са укупно 24 општине. Мачвански округ обухвата североисточни део регије Западна Србија. У састав Мачванског округа улазе територије градова Шапца и Лознице и општине: Богатић, Владимирци, Коцељева, Крупањ, Мали Зворник и Љубовија. Колубарски округ налази се у централном делу посматране регије и у његов састав улазе град Ваљево и општине: Уб, Осечина, Лајковац, Мионица и Љиг. Златиборски округ заузима 6.141km², тј. највећи део посматране регије (51,7%) и на његовој територији се налази град Ужице са

општинама: Косјерић, Бајина Башта, Пожега, Чајетина, Ариље, Прибој, Нова Варош, Пријепоље и Сјеница.

У северноисточном делу регије Западна Србија је Мачвански округ који се граничи са Сремским округом, Колубарски округ на североистоку граничи се са територијом града Београда, на истоку са Шумадијским и Моравичким округом, док се Златиборски округ на југоистоку граничи са Рашким округом. На југу и југозападу регија Западна Србија се граничи са Републиком Црном Гором (дужина границе износи око 112 km), а на западу са Федерацијом Босном и Херцеговином (тј. Републиком Српском, у дужини од око 391 km). Наведене карактеристике граница указују на комплексност туристичког и географског положаја Западне Србије. Према Босни и Херцеговини, друмски прелази су: Бадовинци – Попово Поље, Трбушница – Шепак, Мали Зворник – Каракај, Љубовија – Братунац, Бајина Башта – Скелани, Котроман – Вардишта и Увац – Рудо, а железнички Мали Зворник – Каракај. Друмски гранични прелази ка Црној Гори су Јабука – Ранче и Гостун – Конатар, а железнички Пријепоље – Бијело Поље.

Слика 17. Положај регије Западна Србија у Републици Србији



Аутор: Ивановић, 2013

Територија Западне Србије налази се на тремеђи Србије, Црне Горе и Републике Српске. Могућност развоја према дринској долини доводи до формирања, према неким тврдњама, главне осовине развоја и кичме српског геопростора – подрињске осовине

развоја (Ивановић, 2013). Степић (2005) наводи да се у народној традицији, колективној свести и свакодневној комуникацији назив Подриње несумњиво користи и постоји. Иако је устаљен у литератури и појмовнику географске науке, још увек није просторно одређен и омеђен, те се његова територијализација обично своди на став да се ради о простору са леве и десне стране Дрине (Степић, 2005). Значај географског положаја Подриња јасно потврђује чињеница да данас преко Дрине постоји 16 мостова за друмски и железнички саобраћај (Станковић, 2005). Људи, догађаји, светковине и градитељска дела смењивала су се у времену и простору у приобаљу реке Дрине и њених притока, дајући му тиме посебно обележје, чиме данас овакав погранични положај има велики значај за савремена туристичка кретања.

Западна Србија одликује се високом комплементарношћу природних и антропогених вредности које утичу повољно на њен туристички положај. Природне географске целине које утичу на повољност туристичког положаја Западне Србије су свакако планине и реке, које су погодне за развој спортско-рекреативног туризма.

Са друге стране, богато културно-историјско наслеђе представља значајне потенцијале за развој бројних видова туризма. Положај Западне Србије у односу на туристички афирмисана подручја из окружења наглашава јасну конкурентност, која се у највећој мери односи на положај планинских центара. Тако, на западу конкуренцију представљају Романија и Јахорина, на југу Дурмитор, Бјеласица и Проклетије, на југоистоку Голија и Копаоник, док се на северу простире Фрушка гора (Ивановић, 2013).

Западна Србија је пространа регија која обухвата низ географских и традиционалних микрорегија, које представљају сложен географски и природно-антропогени комплекс, тј. простор испреплетаног деловања природе и људи и богатог инвентара (Марковић и Павловић, 1995). Ове микрорегије немају никакав званични статус, те се неке од њих преклапају, или немају јасно одређене границе. На територији Западне Србије, која је тема овог истраживања, налазе се следеће микрорегије: Азбуковица, Јадар, Колубара, Мачва, Подгорина, Поцерина, Рађевина, Тамнава, Посавотамнава, Златибор, Рујно, Штавица, Пештер, Полимље, Сјеничко поље и Стари Влах. Према наводима Станковића (2019), како би се на најбољи могући начин формирала туристичка понуда, од интереса је сврсисходна инвентаризација природних и антропогених вредности мањих предеоних целина и Србије у целини. С тим у вези, за креирање јединствене туристичке понуде Западне Србије, потребно је истицати све

особености и комплементарност природних и антропогених туристичких вредности мањих регија у оквиру овог простора.

Кроз територију Западне Србије пролазе важне саобраћајнице и туристички правци, који представљају неопходан услов за опстанак и развој једне туристичке регије (Ромелић, 2008). Западна Србија има повољан географски и туристички положај јер се налази на раскрсници путева који повезују Западну и Јужну Европу, Војводину и Београд са приморјем (Црном Гором и јужном Далмацијом). Такође, велику важност има саобраћајница која повезује централну и источну Србију са Босном и Херцеговином, преко дринског туристичког правца. Улагање у нове пројекте као што је изградња ауто-пута „Милош Велики“ може бити од великог значаја за туризам Западне Србије. Наиме, ауто-пут представља државни пут првог А реда, с обзиром да повезује Београд са југом и западом државе. Ауто-пут А2 је део европских путева: деоница Е763 (Београд–Чачак) и деоница Е761 (Чачак–Бољаре) која је тренутно у изградњи. Значај железничког саобраћаја огледа се у повезивању регије Западна Србија са Црном Гором, пругом Београд–Бар (287 km на територији Србије).

Слика 18. Положај Западне Србије у Европи (извор: Ивановић, 2013)



Удаљеност од ауто-пута Е-75 (до 200 km) који повезује Централну и Северну Европу са Источном и Јужном Европом као и релативно велика удаљеност од међународних аеродрома у окружењу ((Аеродром Никола Тесла у Београду и Аеродром Константин Велики у Нишу (Србија), Аеродром Подгорица (Црна Гора), међународни аеродроми Тузла и Сарајево (Федерација БиХ) и аеродром Бања Лука (Република

Српска)) указују на слаб међународни промет туриста умањујући туристички значај Западне Србије.

4.2. Природни потенцијали за развој туризма

За Западну Србију изузетан значај имају природне вредности, које пружају значајне могућности за валоризацију и развијање бројних видова туризма. Како је процес туристичке валоризације веома сложен, он мора почивати на добром геолошком, географском, хидролошком, биолошком и климатолошком познавању простора (Станковић, 2019). Природних туристичких вредности има на територији целе регије Западна Србија, али су различитог степена туристичке привлачности, опремљености и валоризованости, те делују као самосталне и комплементарне и тако омогућују развој више врста домаћег и иностраног туризма. Шумовите планине, долине прошаране значајним водотоковима, пријатни климатски услови, елементи су који за посетиоце, поред осталих, имају значајну туристичку вредност.

4.2.1. Рељеф

Рељеф северног дела Западне Србије представљен је равничарско-брежуљкастим подручјем Мачве и Посавине. Мачва заузима површину од 860 km² и представља најсевернију микрорегију Западне Србије. Она чини већу половину макроплавине Дрине и њена површ је ерозивна (Марковић и Павловић, 1995). Мачва се налази изнад једне од депресија које су испуњене неогеним и квартарним седиментима, а чине палорелеф Панонског басена (Миливојевић и Перић, 1986). Неогени и квартарни седименти сачињени су од шљункова, пескова и глина и наизменично се смењују. Равна и ниска Мачва, од шабачке брежуљкасте Посавине и Поцерине одвојена је мачванским одсеком.

Посавина је смештена између Мачве и доње Колубаре и у њен састав улазе флувијално-денудационе површи које су изградиле непосредне притоке Саве (Добрава, Думача и Вукодраж). Област која заузима нископланински и низијски терен на северној страни планине Цер и простира се до Мачве и Посавине, назива се Поцерица. Поцерица

је област која чини својеврсну границу и благи прелаз између групе Подрињско-ваљевских планина и равничарске Мачве.

На територији Западне Србије простире се Динарски планински систем. Планинска зона Србије ограничена је долинама Лима и Дрине на западу, а долином Ибра на југу. У овој планинској зони издвајају се две групе планина: Подрињско-ваљевска и Старовлашка група планина која има одлике посебне мање планинске зоне са више мањих регионалних целина (Николић, 2006).

Подрињско-ваљевска група планина обухвата низ ниских и средње високих, зонално поређаних планина, динарског правца пружања. Ове планине носе назив „грета Ваљевских планина“ јер представљају континуирани планински венац који се издиже изнад обода Панонске низије. Све планине су сличног геолошког састава и у њиховом саставу заступљени су палеозојски шкриљци, серпентини, лапори, пешчари, а најраспрострањенији су тријаски и кредни кречњаци. Виши и хомогенији део овог планинског система, који чини група Ваљевских планина, почиње Рајцем (848 m) и Сувором (866 m), наставља се Маљеном (1.103 m), Повленом (1.346 m), Јаблаником (1.247 m) и завршава се одсецима Медведника (1.247 m), Бобије (1.272 m) и клисуром Љубовиће. Ваљевске планине поседују значајне потенцијале за развој туризма, услед својих морфолошких, климатских и еколошких одлика. Посебно је атрактиван источни део ове планинске зоне (Суворор и Маљен), на чијем простору доминирају видиковци окружени питомим, мозаичним и идиличним пејзажима високе естетике предеоног лика. Посебно се издваја планинско-туристичко место Дивчибаре, које је смештено у средишњем делу планине Маљен.

Подрињским планинским системом обухваћене су планине и брда: Гучево (779 m), Борања (881 m), Јагодња (923 m), Соколске планине (971 m), Цер (687 m) и Иверак (426 m), у чијем је источном наставку Влашић (457 m). Грађа и еволуција неких од ових планина посебно је сложена и интересантна (Марковић и Павловић, 1995; Николић, 2006). Подрињске планине, поред нетакнуте природе, богатог историјског значаја и могућности развоја културног туризма, поседују идеалне услове за развој спортско-рекреативног, активног и авантуристичког туризма.

Јужно од речне долине Ђетиње и Западне Мораве, тачније јужно од Ваљевских планина, простире се Старовлашка група планина, која обухвата главни део Западне планинске зоне Србије. Старовлашке планине оивичене су долином реке Дрине на западу до Ибра и Косовске котлине на истоку и југоистоку, границом са Црном Гором

на југу и БиХ на западу. Ове планине су различите старости и састава стена, а највише су заступљени кречњаци и доломитични кречњаци, затим неогени и квартарни седименти у котлинама и долинама. Оне представљају део геотектонске и морфолошке структуре средишњих Динарида. У Старовлашке планине Западне Србије спадају: Звијезда, Тара, Златибор, Гиљева, Златар, Јавор и Голија. Старовлашке планине обухватају површи просечних висина између 1.000 m и 1.300 m (Равна Тара, Златибор и Пештер) као и планинске висове и венце међу којима се истичу: врх Збориште (1.544 m) и Козји рид (1.591 m) на Тари, Торник (1.497 m) и Чигота (1.422 m) на Златибору, Мучањ (1.543 m), Златар (1.626 m), Јадовник (1.734 m), Јавор (1.520 m) и Голија (1.834 m) (Николић, 2006).

Планинско подручје Таре је са северне и западне стране ограничено долином Дрине, са југозапада долином Рзава, са југа и југоистока са планином Златибор и долином Ђетиње. У рељефу Таре доминирају крашки облици рељефа, денivelисане и дисециране површи, са којих се уздиже већи број мањих и већих узвишења. Рељеф Таре представља значајну туристичку вредност. Основу планине чине две површи. Виша се налази на надморској висини од око 1.200 m. Друга чини најпространији део овог планинског подручја и она носи назив Равна Тара, просечне је висине око 1.100 m, а на њој се својим пејзажом издвајају Калуђерске Баре и Митровац. Међу крашким рељефом Таре најимпозантнији су високи кањонски одсеци Дрине као и дубоке и кратке кањонске долине Раче, Дервенте и Бруснице, са чијих се ивичних планинских врхова и кањонских одсека отварају видиковци импресивних утисака. *Кањон Дрине* дуг је око 40 km а дубок око 1.000 m, иако није кањонски компактан на целој својој дужини јер у појединим насељеним проширењима има блаже клисурасте одлике. Он се издваја од других кањона својом атрактивношћу, димензијама, импресивним визурама, сложеним екосистемима и укупним одликама ретког природног добра европског значаја.

Златиборска површ изграђена је, углавном, од серпентина и то је једна од највећих серпентинских маса и најраспрострањенијих висоравни Србије. С обзиром на састав подручја, у панорами Златибора доминира благо заталасана висораван, док су виши планински делови претежно умерено стрмих уравњених страна. Просечна висина висоравни је око 1.000 m. На њу се надовезују планински масиви Чигота, Муртеница (1.462 m) и Торник (1.496 m). Јужно од Златибора простире се један од сложенијих и очуванијих планинских предела – Златар, који спада међу мање (23 km) средњеевропске планине (1.626 m). У његовом саставу преовладава кречњак, те се у долини реке

Милешевке формирала клисура, док се предео према североистоку завршава кањонском долином Увца. Битно је нагласити вредности *кањона Увца*, који представља редак пример кањона необичних одлика. Усечен је у кречњачке стене до 300 m дубине и то у облику низа густо изувијаних меандара, те представља атрактивну и ретку хидролошко-геоморфолошку појаву. Налази се у средњем току Увца и дуг је око 10 km.

*Слике 19 и 20. Кањон реке Дрине и Златиборска површ
Фото: Т. Божовић, 2021*



Најјужнију површ Западне Србије чини крашка висораван Пештер. Пештерска висораван са Сјеничком котлином заузима централни део Рашке области и представља најтипичнији хомогени кречњачки предео у Србији који се простире на око 1.200 km² (Николић, 2006). Читава површ је таласаста и има просечну надморску висину од 700 до 1.300 m. У геолошкој грађи највише су заступљени мезозојски и кенозојски седименти и стене.

Највише су заступљени тријаски кречњаци, мање пешчар и конгломерат, пермтријаске старости. Пештерско поље проглашено је за Специјални резерват природе 2015. године, као заштићено подручје I (прве) категорије, од међународног и националног, односно изузетног значаја, док је на листи Рамсарских подручја од 2006. године (Уредба о проглашењу специјалног резервата природе „Пештерско поље”, 2015).

4.2.2. Клима

Значај климе за туризам произилази из њених рекреативних својстава. Рекреативне улоге се мењају са надморском висином већ у планинским пределима (800-1.200 m), као што је случај у већем делу Западне Србије. На климу Западне Србије највише утичу планински терени који се укрштају са речним долинама и нагнути су ка северу и истоку. У целини, Западна Србија има претежно умерено континенталну климу. Климату региона у великој мери одређују ваздушне масе Јадранског и Средоземног мора, као и Атлантског океана. Прелазну сезону карактерише промена времена. Већи део Мачве има умерено благу континенталну климу, која се мења у зависности од географског положаја, у додиру са Панонском низијом на северу и планином Цер на југу. Тако је њен северни равничарски део под утицајем панонске континенталне климе, док јужни брдовити и југозападни имају планинску климу. Колубарски регион има релативно стабилну умерено континенталну климу са одређеним особеностима, које се манифестују као елементи субхумидне и микротермалне климе. Што је надморска висина већа, то је већа разлика у температури ваздуха између лета и зиме, због чињенице да веће надморске висине користе више топлоте за топљење снега и обилније пролећне падавине. Висоравни у Златиборском округу су отворене ваздушним масама из различитих праваца које носе различите топлоте и друга својства. Дакле, клима Златиборског краја је умерено континенталног типа, у појединим деловима под утицајем планинске климе (Ивановић, 2013).

Табела 6. Средње вредности годишњих температуре за период 2012-2021 године (°C)

Година/ место	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Лозница	12,8	12,6	13,0	13,0	12,9	13,0	13,4	13,6	12,9	12,7
Ваљево	12,7	12,8	12,9	12,9	12,5	12,7	13,1	13,5	12,8	12,6
Златибор	8,9	9,1	9,1	9,0	8,7	8,7	9,2	9,5	8,9	8,7
Сјеница	7,7	7,6	8,3	7,5	7,8	7,3	8,2	8,1	7,7	7,7

Извор: Републички хидрометеоролошки завод Србије (2022)

На основу података метеоролошких станица, примећује се да Лозница и Ваљево имају сличне климатске карактеристике, а сличности се примећују и код станица на

Златибору и у Сјеници (Табела 6). Просечне годишње вредности температуре у Лозници и Ваљево (период од 2012. године до 2021. године) износе између 12,6 °C и 13,6 °C, док на Златибору и Сјеници варирају између 7,5°C и 9,1°C. Када се говори о месецима, најтоплији месец у 2021. години био је јул (Лозница 24,8 °C, Ваљево 25,3 °C, Златибор 20,6 °C, Сјеница 18,7 °C), док је најхладнији био јануар (Лозница 3,9 °C, Ваљево 3,4 °C, Златибор -1,2 °C, Сјеница -1,9°C).

Средње годишње вредности падавина за период од 2012. године до 2021. године варирају од 611 mm у Ваљево до 1.515,5 mm колико је забележено на Златибору 2014. године (Табела 7). Када се посматрају месечне вредности, највише падавина у 2021. години забележено је у новембру (Лозница 198,9 mm, Ваљево 128,9 mm), децембру (Златибор 136,6 mm) и јануару (Сјеница 147,4 mm). Са друге стране, најмање падавина забележено је у септембру (Лозница 18,8 mm, Сјеница 27,9 mm) и јуну (Ваљево 23,1 mm, Златибор 37,1 mm).

Табела 7. Средње годишње вредности падавина за период 2012-2021 (mm)

Година / место	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Лозница	752,8	775,8	1242,4	867,4	967,3	895,1	837,4	847,9	861,4	932,4
Ваљево	611,0	681,7	1332,4	765,9	980,4	737,7	791,9	740,5	697,0	788,9
Златибор	841,1	801,6	1515,5	934,2	1292,3	916,4	1208	818,0	993,0	912,6
Сјеница	652,8	829,9	1011,1	739,8	744,9	654,9	999,9	721,0	915,0	765,1

Извор: Републички хидрометеоролошки завод Србије (2022)

4.2.3. Хидрографске одлике

Хидрографска мрежа Западне Србије богата је и разноврсна и има посебан значај за развој туризма. Значај и богатство хидрографских објеката огледа се у речној мрежи са богатим природним одликама и рекреативним вредностима, као и у изворима, врелима, језерима и термоминералним изворима. Најразноврснији хидрографски облици, који су и природно најатрактивнији, налазе се у брдско-планинским подручјима. Реке и језера Западне Србије услед богатства и разноврсности појављивања вода имају значајну рекреативно-туристичку вредност.

Према природним и привредним одликама реке се могу поделити на равничарске и брдско-планинске (Стевановић, 2005). Предмет овог рада биће само веће и значајније

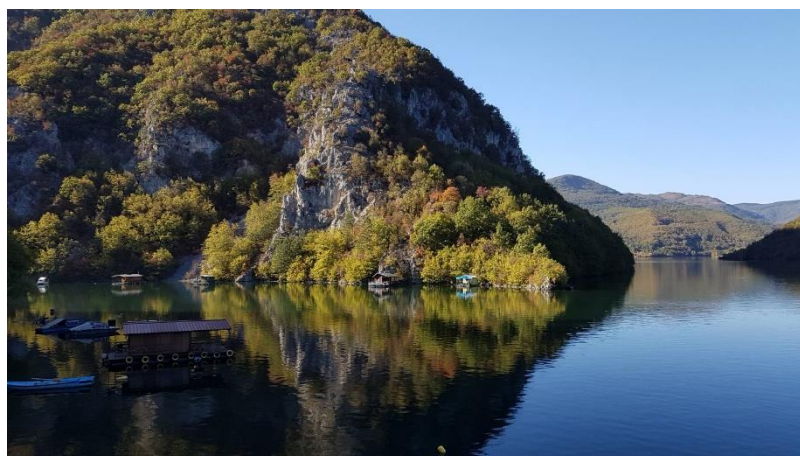
реке које се истичу по својим природним одликама и рекреативно-туристичким могућностима.

Река Сава представља међународну реку која кроз Србију тече у дужини од 206 km. Од тремеђе са Хрватском и Републиком Српском до ушћа Дрине, она представља граничну реку у дужини од 32 km. Река Сава је велика равничарска и пловна река, високе еколошке и пејзажне вредности која се огледа у бројним рукавцима, адама и приобаљима богатог колорита и значајних туристичко-рекреативних могућности. По ободу Мачве се налази више рукаваца, мртваја и старача који представљају напуштене меандре Саве и Дрине.

Река Колубара представља десну притоку Саве и тече у дужини од око 123 km. У Саву утиче 27 km узводно од Београда. Настаје од два изворишна речна крака: Обнице и Јабланице. Ове две реке спајају се код Ваљева на надморској висини од 193 m. Прва већа притока Колубаре је *река Градац*, која јој притиче са десне стране. Градац је дуг 17,8 km. Његова долина, са 22,7 km дугачким кањоном стрмих и голих кречњачких страна, високих до 200 m, туристички је најатрактивнија у целом сливу Колубаре.

Река Дрина настаје од реке Таре и реке Пиве које се састају код Шћепан Поља, на граници Црне Горе са Републиком Српском. Ова вишеструко важна река – историјски, енергетски, привредно и туристички, као гранична река тече у меридијанском првцу југ–север и 220 km њене дужине чини границу Србије и БиХ. Дрина је највећа притока Саве, како по дужини тока, тако и по површини слива и количини воде.

Слика 21. Језеро Перућац (Фото: Т. Божовић, 2019)



Дрина је једна од река с највећим хидроенергетским потенцијалом на Балканском полуострву са просечно $395 \text{ m}^3/\text{sec}$ код ушћа. На њеном току изграђене су хидроцентрале Зворник (93 MW), Перућац (364 MW) и Вишеград (321 MW) на којима су изграђена вештачка језера погодна за развој туризма као што су *Зворничко и Перућачко језеро* (Гавриловић и Дукић, 2002). Дрина има низ атрибута међу којима се истичу: чиста вода, композитна долина, богатство рибом, могућности сплаварења и кајакарења, богатство културно-историјских споменика, рурални предели, очувана традиција те погодује развоју речног, излетничког, спортско-рекреативног, културног, сеоског, манифестационог туризма уз развијен спортски риболов (Божовић, 2018). Најзначајнију природну вредност Дрине, без сумње, представља њен кањон, чије вертикалне кречњачке стране досежу до 1.000 m висине, као и Перућачко језеро које се налази у саставу Националног парка Тара у Србији и Националног парка Дрина у Републици Српској. На подручју Западне Србије, поред реке Дрине, овом сливу, од већих река припадају: Увац, Лим и Јадар са притокама.

Река Лим истиче из Плавског језера, тече дужином 174 km и узводно од Вишеграда се улива у Дрину. Река Лим је интересантна и по томе што се на малом простору налазе значајни туристички потенцијали. У њој се смеђују природни објекти високих литица, сивог и голог кречњака, клисура и кањона, водопада, извора и врела, језера, пећина и питомих котлина, станишта ретких биљних и животињских врста. Река Лим је погодна за спортско-рекреативне програме попут сплаварења, планинарења, алпинизма, параглајдинга, слободног пењања, оријентиринга и спортског риболова. Поред сплаварења, незабораван доживљај допуњују и прелепи предели, величанствене клисуре али и чувене цркве и манастири у близини тока Лима међу којима се истичу манастири Бања, Милешева, Давидовица, Куманица и Ђурђеви ступови (код Берана) (Драговић, 2004).

Међу притокама Лима посебно се истиче *река Увац*, која представља типичну планинску реку, великог пада и хидропотенцијала, као и значајних природних и туристичких вредности. Река Увац извире на 1.460 m н.в. на северним падинама планине Озрен, 16 km јужно од Сјенице. Кроз Пештерску висораван, она пресеца своју долину и у кречњацима усеца величанствени кањон са препознатљивим меандрима, дубине до 300 m (Бранковић, 2017).

Најинтересантније притоке Увца су у његовом кањонском делу долине где прима Вељушницу, Кладницу, Вршевину, Тисовицу, Дубоки поток и Злошницу, које такође имају кањонски карактер у доњим токовима. Као изразито планинска река, Увац има велики енергетски потенцијал, па су његове воде искоришћене за изградњу хидроелектрана „Потпећ” (51 MW) на Лиму, „Кокин Брод” (22 MW), „Бистрица” (102 MW) и „Сјеница” (36 MW), чиме су образована четири вештачка језера (Гавриловић и Дукић, 2002). *Потпећко језеро* се налази на реци Лим, док се у долини Увца налазе *Радоињско, Златарско и Сјеничко (Увачко) језеро*.

Слика 22. Специјални резерват природе Увац

Фото: М. Николић (Извор: <https://www.zzps.rs/wp/?script=lat>)



Међу језерима Западне Србије, значајну улогу имају вештачка језера. Она су бројнија, за хидроенергију и водопривреду нарочито значајна, а поседују и битну туристичку функцију. Поред поменутог Перуђачког и Зворничког језера, на подручју подрињског дела Западне Србије, од значаја за развој туризма је и *језеро Заовине*, које је смештено у Националном парку Тара. Поред наведених, значајно вештачко језеро које је саграђено у туристичке сврхе налази се у центру Краљевих Вода на Златибору. Оно поред естетске има и излетничку функцију. Окружено је пријатним стазама за шетње и клупицама за одмор гостију са правом заслужујући назив *Златиборско море*. Поред овог језера, на Златибору се налази и веће, *Рибничко језеро*, изграђено између села Рибнице и Водица. Оно тренутно служи за водоснабдевање и представља допунски туристички мотив, док су планови за будућност да се његова функција претвори у спортско-рекреативну и излетничку, чему ће допринети развој „Златне гондоле“. На подручју

Колубарског округа налази се неколико вештачких акумулација, које су настале преграђивањем бујичних водотокова. То су: *Петничко језеро*, *Каменичко језеро* и *језеро Паљуви*. Ова језера углавном се користе за риболов и камповање, те њихова туристичка вредност није велика.

Слике 23 и 24. Вештачко језеро у насељу Златибор и Рибничко језеро (Фото: Т. Божовић, 2021)



Поред река и језера, значајни хидролошки објекти су термоминерални извори, који представљају ретке природне појаве са вишеструким употребним могућностима посебно значајним за туризам. У Подрињу се јавља већи број минералних и термоминералних извора. Људи су одавно упознали њихова лековита својства и благодети, те су временом крај неких изграђене бање, као посебна врста туристичких средишта са наглашеном здравствено-лечилишном и рекреативном функцијом, али и стационарним, транзитним, манифестационим туризмом и боравком лица трећег доба (Станковић, 2005). Неке од значајнијих бања за Подриње су: *Радаљска*, *Вишеградска*, *Сребреничка*, *Бања Ковиљача (Краљевска бања)*, близу Лознице, као и *Бања Бадања* са изузетним лековитим својствима (Божовић, 2018). Затим, у околини Ваљева налазе се туристички веома значајна *Бања Врујци* и мање позната *Бања Љиг*. На југу регије, значајна је *Прибојска бања*, која спада и у ваздушна лечилишта. У оквиру ове бање, лечење се обавља у стационару Центра за рехабилитацију „Прибојска Бања“, применом савремених метода лечења и рехабилитације (Ивановић, 2013).

4.2.4. Биљни и животињски свет

Због сложеног геолошко-геоморфолошког склопа, климе и хидрографије, на територији Западне Србије развијена је богата флора и фауна са сложеним шумским екосистемима и ретким биљним и животињским врстама. Различите биљне и животињске заједнице које су распрострањене на територији Западне Србије, развиле су се у зависности од надморске висине и климатогених земљишта.

На подручју Мачве, биљне заједнице мењају се од њеног северног ка јужном делу, у складу са порастом надморске висине. Тако су у северном делу заступљене шуме тополе и врбе, у централном лужњака и граба, док у јужном делу доминирају шуме цера, лужњака, храста и граба. Како се са порастом надморске висине од севера према југу повећава шумовитост, тако и шумски екосистеми постају богатији и сложенији. У пределима са мањом површином шумског покривача мањи је и број животињских врста, те фауна Мачве припада панонском фаунистичком региону у коме живе средњеевропске и степске животиње. Најбројнији представници животињског света су: лисица, зец, јазавац, ласица, срна, кртица, јеж, дивља свиња, хрчак, европска текуница, обични твор, волухарица и други.

Територија Ваљевских планина, у целини има добро очувану природу богату пејзажима и пределима великих рекреативно-туристичких потенцијала. Ово подручје обилује разним биљним и животињским врстама, те је у овом планинском подручју установљен низ заштићених природних добара.

У дрвном фонду, на овој територији доминирају лишћари, међу којима је најзаступљенија буква. Поред букве, значајни су храст, бреза, бели јасен и цер. Велики значај имају и четинарске шуме, међу којима се истучу бели и црни бор, јела, смрча, планинарски бор и клека. Значајну карактеристику фауне Ваљевских планинина чини велики број птица од међународног значаја. У прилог томе говори и проглашење *Специјалног резервата природе „Клисуре реке Трешњице“* (Уредба о заштити специјалног резервата природе „Клисуре реке Трешњице, 1993). Наиме, река Трешњица која извире испод планине Повлен, после 23 km дугог тока, улива се у реку Дрину, а њена клисура позната је по колонији белоглавог супа (*Gyps fulvus*), који је још једино настањен у клисурама Увца и Милешевке. У овом специјалном резервату природе налазе се и станишта других значајних животињских врста, попут сурога орла (*Aquila*

chrysaetos), ветрушке (*Falco tinnunculus*), јастреба кокошара (*Accipiter gentilis*), копца птичара (*Accipiter nisus*) и мишара (*Buteo buteo*) (Завод за заштиту природе Србије). Поред ретких врста птица, фауну Подриња, тачније Дрину и њене притоке одликује богатство рибљих врста. У Подрињу живи и једна ендемична врста пауколиких животиња, псеудоскорпија (*Chithonius pancici*), која је пронађена у једној пећини код Перућца и одликује је велика (терцијарна) старост (Димитријевић и Симоновић, 2005).

Подриње је богато и биљним врстама од великог значаја, како за Србију, тако и за Европу. У Подрињу се својим карактеристикама и богатством биљних врста издваја *Предео изузетних одлика „Културни предео Тршић–Троноша“*, који је под заштиту стављен 2019. године и обухвата катастарске јединице Коренита и Тршић. Природне вредности подручја чине очувани комплекси аутохтоних ксеротермофилних сладуново-церових и других типова шума, ксеромезофилних китњакових и грабових, као и мезофилних букових шума. Флора и фауна заштићеног подручја је релативно богата и разноврсна. Од укупно 145 заштићених дивљих врста биљака и животиња, 83 су заштићене, а 62 врсте припадају категорији строго заштићених (нпр. зеленика или божиковина (*Ilex aquifolium. L*) и многе лековите биљке (Уредба о проглашењу предела изузетних одлика „Културни предео Тршић–Троноша“, 2019).

Старовлашка планинска зона одликује се разноврсношћу флоре и фауне. Биогеографске одлике ове зоне доста су различите због специфичних утицаја појединих елемената географске средине. Планина Тара одликује се најбогатијим и најквалитетнијим, претежно четинарским шумским екосистемима у Србији, због чега је и проглашена за национални парк.

Површи Златибора и Пештера, иако приближних просечних висина, имају нешто мање падавина од Таре, те и нешто другачију вегетацију. На површинама Златибора доминирају богати пашњаци и ливаде, а са њима се смењују значајни комплекси шумских екосистема, што овом пределу даје нарочит колорит и високе рекреативне вредности. Пештерска висораван има карактер планинске степе којом доминирају осиромашени пашњаци, са нешто ливада на дну котлина и долина.

Посебну еко-туристичку вредност овог подручја представљају Национални парк Тара и кањон Увца, због својих реликтних врста које их чине посебним и препознатљивим у свету. Шумски екосистеми Таре спадају међу највредније у Европи. Они су представљени наизменичним комбинацијама отворених цветних ливада, мешовитих листопадних и четинарских шума са травнатим пропланцима и видицима.

Богатство Таре огледа се у разноврсној флори са преко 1.000 биљних врста, чији значај повећава и 20 ендемичних и реликтних врста, међу којима се издвајају станишта Панчићеве оморике, јединственог реликта и ендемита. Поред ње, издвајају се: мечја леска, тиса, божиговина, јеремичак, дервентански различак, божур, плава и жута линцура, папрат ребрача, златан, црна чемерика и друге. Планина Тара је богата и животињским светом. Посебну вредност имају животиње које су у другим деловима Европе ретке или су сасвим ишчезле, тако да имају велики научни значај, као што су мрки медвед и дивокоза, алпска ровчица, сури орао, орао змијар, сиви соко, срна, дивља свиња, лисица и друге. Битно је споменути да је Национални парк Тара станиште најбројније популације мрког медведа у Србији.

Кањон Увца, поред тога што представља ретку и атрактивну хидролошко-геоморфолошку појаву, поседује изузетно богату флору и фауну. Богата флора представљена је са 730 биљних врста, међу којима је велики број ендемских и лековитих врста. Међу њима се истичу: валеријана (*Valeriana simplicifolia*), селажинела (*Selaginella selaginoides*) и Панчићев млеч (*Cicerbita pancicii*) (Дунчић и Добричић, 2014). Кључну природну и туристичку вредност клисуре Увца и оно по чему је она препознатљива, како у Србији тако и у свету, представља колонија и присуство популације једне од најређих врста лешинара код нас – белоглавног супа (*Gyps Fulvus*). На Увцу се налази и највећа гнездећа колонија у Србији и једна од највећих на Балкану. Бројност белоглавог супа је током последњих двадесетак година редовно расла, тако да сада на Увцу има око 450-500 јединки, односно око 110 гнездећих парова.

Слике 25 и 26. Мрки медвед (Извор: <https://www.nptara.rs/>) и белоглави суп (Извор: <https://www.uvac.org.rs/>)



Подручје обухваћено Специјалним резерватом реке Увац, заједно са подручјем клисуре реке Милешевке, налази се на листи „Важна станишта птица у Европи“ под називом „Увац – Милешевка“ (Yu21SE) (Уредба о заштити Специјалног резервата природе „Увац“, 2006).

4.3. Друштвени и културни потенцијали за развој туризма

Територија Западне Србије има бурну и дугу историју, чији се трагови могу пронаћи у свим њеним деловима. У наредним деловима рада биће представљене најзначајније културне и етичке вредности Западне Србије, које представљају један од битних мотива посете туриста.

4.3.1. Историја, култура и споменици културе

Западна Србија се одликује богатом историјом и богатим културно-историјским наслеђем. Културно-историјска баштина овог простора датира из различитих епоха, од праисторијског доба до 20. века. Најранија прошлост Западне Србије и најстарији типови људских станишта на овом подручју откривени су у селу Потпећ, источно од Ужица (Зотовић, 1989). На подручју Западне Србије налазе се бројна културна добра која су значајна за развој туризма. У свом раду Ивановић (2013) је представио културне потенцијале овог простора. Културна добра Западне Србије су, у зависности од физичких, уметничких, културних и историјских својстава, а и од могућности њихове презентације, подељена у различите групе (Hadžić, Nedeljković-Knežević & Pivac, 2018). У Табели 8 приказана су културна добра и њихов број на територији Западне Србије (Ивановић, 2013).

Табела 8. Преглед броја културних добара на простору Западне Србије

Преглед културних добара		Број културних добара
Археолошка налазишта		23
Дела са споменичким и уметничким својствима (архитектонска дела, слике и вајарски радови, дела примењених уметности, остварења музичке, драмске и филмске уметности)		96
- Цркве брвнаре	12	
- Цркве	16	

- Цамије	1	
- Остали објекти	13	
- Куће	21	
- Зграде	33	
Просторне културно-историјске целине (стара језгра градова, значајније сеоске амбијенталне целине, сакрални објекти, етнопаркови, средњовековни градови и утврђења, манастирски комплекси)		48
- Стара градска језгра	7	
- Сеоске амбијенталне целине	5	
- Етно-паркови	5	
- Средњовековни градови и утврђења	8	
- Манастирски комплекси	23	
Знаменита места и спомен обележја		49
- Споменичке вредности (целине)	26	
- Спомен зграде из периода НОР-а	15	
- Спомен куће	5	
- Индустијски споменици (целине)	3	
Фолклорно наслеђе (зграде и простори, предмети народног неимарства, ношње, стари занати, наивно сликарство, усмена традиција, кулинарске традиције, традиционални спортови и игре, обичаји и веровања)		9
Манифестационе вредности (приредбе и фестивали, сајмови из области културе, спортске манифестације везане за традиционалне спортове)		60
- Мачвански округ	27	
- Колубарски округ	10	
- Златиборски округ	23	
Установе културе са својим активностима (музеји, галерије, културни центри, кинотеке, библиотеке)		26
- Музеји	9	
- Позоришта	2	
- Архиве	3	
- Библиотеке	4	
- Галерије	8	
Знамените личности		77
- I и II српски устанак	16	
- I светски рат	5	
- II светски рат	14	
- Књижевност	10	
- Наука	1	
- Уметност	15	
- Индустија, грађевина и архитектура	5	
- Политика	8	
- Свештенство	3	
Укупно		388

Извор: Модификовано према истраживању Ивановић (2013)

О праисторији сведоче бројна археолошка налазишта и места, од којих су нека заштићена и проглашена за непокретна културна добра. Већина археолошких налазишта је из неолита, али и из античког доба и средњег века. Упркос значају за културу и историју региона, археолошка налазишта у западној Србији не бележе број туриста, углавном због недостатка информација о туристима. Поред тога, ова места обично не посећују туристи, немају туристичке ознаке и не посећују се у оквиру било које врсте организоване туре. До ових места не постоје уређене прилазне стазе, што их чини тешко доступним (Ивановић, 2013). Археолошка налазишта у Мачванском крају потврђују да први идентификовани трагови праисторијског живота на овом подручју припадају старијем каменом добу – старчевачкој култури, а пронађени су на више места у околини Шапца и у Липолисту. Поред тога, у околини је пронађен велики број материјала на основу којих се може утврдити да је у то време на подручју Шапца постојао велики број насеља која се могу пратити још од млађег каменог доба које припада винчанској култури (Милојевић, 2019). Развој ваљевског округа може се пратити и од каменог доба, јер су на широј територији пронађени трагови живота из палеолита и млађег каменог доба (Кривошејев, 2007). У свим овим периодима постојала су насеља у Ваљевском басену, али с обзиром на то да су вршена само дубинска археолошка истраживања и то на веома малим површинама, тешко је рећи конкретније о њиховим карактеристикама и просторима које су заузимали у односу на данашњи центар града (Ивановић, 2013). У ужичком крају забележени су локалитети старчевачке или винчанске културне групе, чији се настанак и развој везују за период од прве половине 5. века пре нове ере до краја 4. века пре нове ере. Међу испитаним локалитетима југозападне Србије, као што су Вишесава код Бајине Баште, Врањани код Пожеге и Расна код Ужица, значајно место заузима и насеље у клисури Ђетиње, у Стапарима, које припада типу градинских утврђења (Ивановић, 2008).

Након римског освајања Балкана и претварања територије у римску провинцију, Јадар улази у састав римске провинције Далмације, са првим насељем у данашњој Лозници (Степановић, 2013). Мачва је била у саставу римске провинције Доње Паноније, које је била одељена од Далмације планином Цер. Веће римско насеље са две некрополе из 4. века откривено је на Черамидинама у Мишару. Из римског периода су и трагови путева, утврђења и осматрачница у Дреновцу и Шеварицама, као и налази римских бунара у Липолисту (Бајац, 2011). Данашње Ваљево је током првих векова нове ере такође било у саставу Римске империје (Николић, 2021). У време римске владавине

на просторима Западне Србије, Ужице је улазило у састав територијално великог општинског подручја римског административно-управног градског средишта које се налазило на подручју пожешког приградског насеља Висибабе.

У римском периоду, у селу Висибаба код Пожеге, постојао је град *Malvesatium*. Овде се налазио већи административни, трговачки, занатски, културни, а можда и мањи војни центар у крајњем североисточном делу провинције Далмације (Зотовић, 1989).

Простор данашње Западне Србије у наредним вековима био је поприште сукоба између више освајача. У 6. и 7. веку почиње насељавање Словена на Балканско полуострво, а држава коју су оформили врхунац достиже у време династије Немањића током 13. и 14. века. У другој половини 12. века, после смене на власти у Србији и владавине жупана Десе, већ око 1166. године јавља се као велики жупан Стефан Немања, зачетник династије Немањића. Владари српске средњовековне државе на челу са краљем Урошем на простор Мачванског округа, тадашње Мачванске бановине, успели су да продру први пут 1268. године (Бајац, 2011). Из тог периода су, на територији града Ваљева, преостали трагови једног манастира, уз реалну могућност да је он за претечу имао манастир Градац, који се помиње у византијским документима из 11. века (Николић, 2021). Међутим, најбитнији простор представља област Полимља, Потарја и горњих токова река Ибра и Дрине, управо где је настала прва српска држава (Матовић, 2012). Рашка област је новије име за простор у коме се зачала српска државна идеја и настала прва српска државна организација. У Расу, српској престоници, на чијим темељима данас лежи Нови Пазар, столовао је велики жупан Стефан Немања. Наравно, српска држава се ширила и временом добијала нове престонице, али је српска културна и духовна снага дошла до пуног изражаја током 12. и 13. века управо на просторима данашње Рашке области, о чему сведоче величанствена архитектонска и уметничка достигнућа у Ђурђевим Ступовима и Сопоћанима покрај Новог Пазара, Милешеви код Пријепоља, Светом Николи у Прибојској Бањи код Прибоја и још десетинама величанствених споменика српске световне и црквене архитектуре, од којих највећи број, нажалост, још и данас чами у рушевинама након разарања током османске владавине (Крсмановић, 2020).

После Косовске битке, дошло је до престанка независности српске државе, а у 14. веку на ове просторе долазе Турци као нови освајачи који ће успоставити своју власт и остати ту до почетка српске револуције за ослобођење. За време Првог српског устанка, област Мачве је била важна саобраћајна линија турске војске у Босанском пашалуку. У

то време Шабац је био седиште нахије у Зворничком санџаку. После боја код Чокешине, 1804. године, Шабац је постао први слободни град у Србији. Борба за ослобођење од Турака настављена је победама у боју на Мишару 1806. и Дубљу 1815. године. Током устаничког рата, Лозница и околина су водили бројне тешке борбе против Турака.

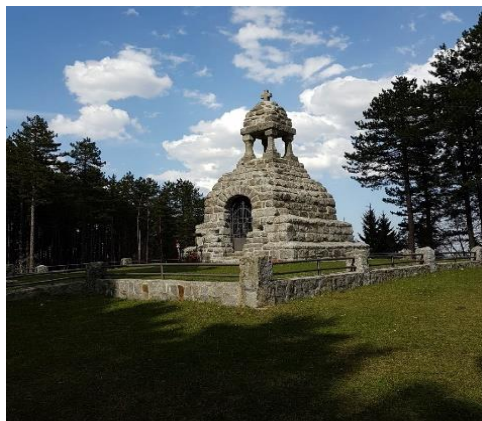
Осим 1813. године, Срби су увек успевали не само да поразе, већ и да отерају Турке преко Дрине (Милојевић, 2019). Успон Ваљева као трговачког центра Колубарског округа је заустављен 1459. године када Турска царевина креће у нове походе ка Европи. Упркос томе, српска револуција се ипак распламсала током Првог и Другог српског устанка а Ваљево се нашло у центру догађаја (Кривошејев, 2007). Простор данашњег Златиборског округа припадао је Ужичкој нахији (Зотовић, 1989). Током 17. и 18. века долазило је до сукоба између Турака и Аустријанаца којима је био захваћен простор данашњег Златиборског округа и тада се Западна Србија нашла у сфери Аустро-турског рата, као веома материјално и демографски исцрпљена.

Почетак 20. века, на овим просторима, испуњен је низом крупних, трагичних историјских догађаја. То су, пре свега, Царински рат између Србије и Аустроугарске (1905-1911) и анексија Босне и Херцеговине (1908) од стране Аустроугарске. У току овог периода избијају Први (1912), затим и Други балкански рат (1913), као и Први (1914) и, потом, Други светски рат (1939).

Мачвански округ обележиле су велике војне операције у региону током четворогодишњег рата и одмазде аустроугарске војске за поразе на бојном пољу. Једна од најзначајнијих победа српске војске над Аустроугарском одиграла се на Церу 1914. године. Српске трупе су оствариле велике победе под командом генерала Степе Степановића, који је потом унапређен у звање војводе. Ово је била прва савезничка победа у Првом светском рату. Приликом повлачења, непријатељ је опљачкао и спалио многа насеља, међу којима су и Шабац и Лозница претрпели велике губитке. Друга битка у Првом светском рату у региону одиграла се на Мачковом камену у септембру 1914. године. Трећа аустријска офанзива почела је свеопштим нападом на Другу армију која је држала положаје у Доњем Јадру и Мачви. После великих губитака у биткама на Гучеву и Дрини, српске трупе су се повукле на Колубару (Ивановић, 2013). Током Првог светског рата Ваљево је једно време било седиште штаба српске војске, а у његовој непосредној околини, под командом Ваљевца, Живојина Мишића, српска војска је у чувеној Колубарској бици поразила аустроугарске трупе, после чега је цео град

претворен у огромну ратну болницу у којој су лежали рањеници, као и оболели од велике епидемије тифуса.

Слике 27 и 28 Спомен костурница на Мачковом Камену и на Текеришу (Фото: А. Божовић)



У Другом светском рату становништво свих делова Западне Србије преживело је сличну тешку судбину. Енормна разарања забележена су широм свих простора Западне Србије. Током ратних сукоба у Другом светском рату, у Србији је 1941. године почео устанак, из ког је створена велика ослобођена територија са центром у Ужицу, такозвана Ужичка Република (Поповић, 1978).

После рата, главни привредни центри у западној Србији убрзано развијају индустрију и ниче све више привредних објеката. Граде се објекти за тешку индустрију, енергетику, обојену металургију и машинство. Након тога, друштвена производња је опала, а привреда почела да стагнира, што је кулминирало грађанским ратом у бившој Социјалистичкој Федеративној Републици Југославији (1991-1995). Осим људских и материјалних губитака, најтежа последица овог рата су санкције међународне заједнице. Раст и развој су заустављени, а многе фабрике су затворене. Од 2000. године улазимо у транзициони период у којем приватизација и друге економске мере покушавају да залече мртву привреду. Акцент је стављен на неоправдано запостављен терцијарни сектор (туризам, угоститељство, образовање и др.). Двадесет први век доноси наду у даљи несметан развој.

4.3.2. Становништво и насеља

Туристичка регија Западна Србија обухвата подручје од 24 општине и простире се на 11.884 km², што чини 13,43% укупне територије Републике Србије. На подручју регије, по последњем попису из 2022. године, живи 692.794 становника, што је за 67.199 становника мање у односу на претходни попис из 2011. године (Републички завод за статистику, 2022). Негативни природни прираштај у последњој деценији забележен је у свим окрузима.

Табела 9. Упоредни преглед броја становника по окрузима

Округ	1991.	2002.	2011.	2022.
Златиборски	332.470	313.396	286.549	264.251
Колубарски	196.556	192.204	174.513	157.238
Мачвански	329.226	329.625	298.931	271.305
Укупно	831.252	835.225	759.993	692.794

Извор: Републички завод за статистику, 2022

Негативни природни прираштај становништва, као и све већи број људи који напуштају села и одлазе у градове, умногоме ће у будућности утицати на туризам овог подручја. Развој туризма представља велику шансу да се депопулација села заустави, да села поново оживе кроз повратак младих људи, који би развојем туризма подстакли равномернији регионални развој.

Бројна археолошка налазишта на територији Западне Србије сведоче да је ова територија била насељена од праисторије. Током 17, 18. и 19. века на ову територију доселио се велики део становништва из Црне Горе, Херцеговине, Босне, Рашке и Санцака. Мало је породица које у Западној Србији живе дуже од 200 година, становништво читавог краја је досељеничко (Стојанчевић, 1989). Према попису из 2011. године, Срби чине већинско становништво у свим окрузима на територији Западне Србије. У Златиборском округу Срби чине 82,24% становништва, док су на другом месту Бошњаци, који чине 12,88% становништва.

У Колубарском округу (95,31%) и Мачванском округу (95,06%) Срби чине апсолутно већинско становништво. Поред Срба и малог процента Бошњака, становници који насељавају Западну Србију су: Албанци, Бугари, Буњевци, Власи, Горанци, Југословени, Мађари, Македонци и Муслимани (Републички завод за статистику, 2020).

Мачвански округ обухвата северни део регије Западна Србија и простире се на територији од 3.270 km², што чини 27,52% територије регије. У састав Мачванског округа улазе територије градова Шапца и Лознице и општине: Богатић, Владимирци, Коцељева, Крупањ, Мали Зворник и Љубовија. Овај округ чини укупно 228 насеља.

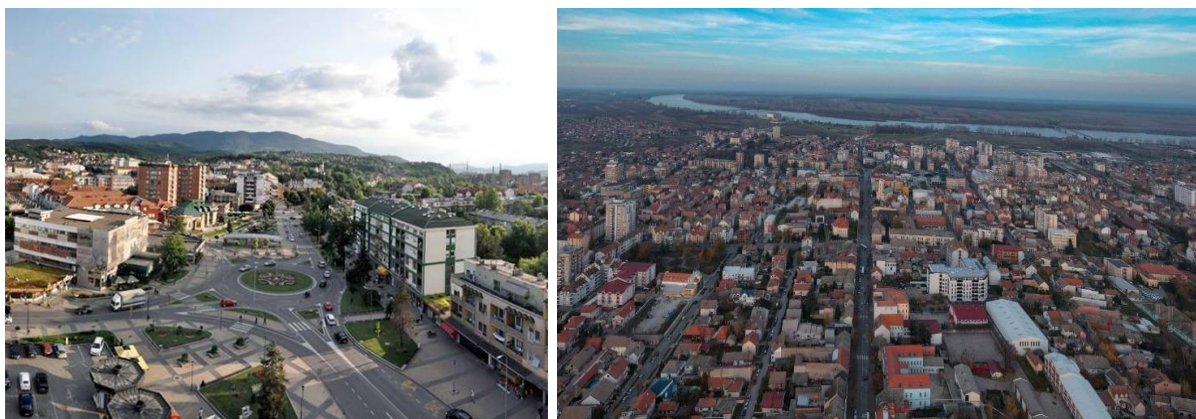
Табела 10. Број становника Мачванског округа по насељеним местима (попис из 2022. године)

Општина/Град	Број становника
Шабац	106.804
Богатић	25.193
Владимирци	14.527
Коцељева	11.704
Крупањ	14.538
Лозница	74.569
Љубовија	12.146
Мали Зворник	11.824
Укупно	271.305

Извор: Републички завод за статистику, 2022

Општина **Шабац** (795 km²) и општина **Лозница** (612 km²) представљају привредне, саобраћајне и културне центре Мачванског округа. Географски положај обе општине је веома повољан услед близине великих градова Београда и Новог Сада. Такође, границе општине су природно добро дефинисане. Шабац се простире на размеђи равне Мачве и брежуљкасте Поцерине и Посавотамнаве, поред десне обале Саве, док је Лозница омеђена планином Цер на североистоку, Гучевом на југозападу и реком Дрином на западу.

Слике 29 и 30. Лозница и Шабац (Извор: <https://www.mojaloznica.com/sabac.rs>)



Колубарски округ (2.474 km²) који заузима 20,82% територије регије, налази се у централном делу посматране регије и у његов састав улазе град Ваљево и општине: Уб, Осечина, Лајковац, Мионица и Љиг. Овај округ чини укупно 218 насеља.

Табела 11. Број становника Колубарског округа по насељеним местима (попис из 2022. године)

Општина	Број становника
Ваљево	83.649
Лајковац	13.999
Љиг	10.876
Мионица	12.213
Осечина	10.003
Уб	26.498
Укупно	157.238

Извор: Републички завод за статистику, 2022

Општина **Ваљево** представља доминантни привредни, културни и саобраћајни центар Колубарског округа. Површина општине Ваљево је 905 km² и то је највећа општина у овом делу Србије. На територији општине Ваљево, према попису из 2022. године живи 83.649 становника. Ваљево има веома повољан географски положај који се огледа у томе што захвата део брдско-планинског и део равничарског подручја Западне Србије. Поред повољног географског, има повољан и саобраћајни положај, због близине важних емитивних подручја (97 km Београд, 65 km Шабац, 75km Лозница, 100 km Ужице).

Слика 31. Ваљево (Аутор: Ђ. Ђоковић- <https://www.kolubarske.rs/sr/vesti/valjevo/>)



Златиборски округ заузима највећи део посматране регије (51,7%) и простире се на 6.140 km².

Табела 12. Број становника Златиборског округа по насељеним местима (попис из 2022. године). Извор: Републички завод за статистику, 2022

Општина	Број становника
Ужице	64.198
Ариље	16.977
Бајина Башта	23.577
Косјерић	10.369
Нова Варош	13.671
Пожега	26.375
Прибој	24.975
Пријеполје	34.807
Сјеница	27.671
Чајетина	15.134
Севојно	6.497
Укупно	264.251

У саставу Златиборског округа налази се град Ужице са општинама: Косјерић, Бајина Башта, Пожега, Чајетина, Ариље, Прибој, Нова Варош, Пријеполје и Сјеница. Овај округ чини укупно 439 насеља. Највеће насеље, уједно и административни центар Златиборског округа, представља општина **Ужице** (667 km²) са 64.198 становника. Град Ужице се састоји од 41 насеља, од чега су два градска (Ужице и Севојно) и 39 сеоских. Поред Ужица као административног центра, веома битне општине за развој туризма Златиборског округа су општина **Бајина Башта** и општина **Чајетина**, које су носиоци развоја туризма Западне Србије.

Слика 32. Ужице



Извор: <https://www.turizamuzica.org.rs/>

4.3.3. Привреда

Велике могућности за привређивање у Западној Србији, произилазе из физичкогеографске разноликости простора. Од севера територије која је предмет истраживања докторске дисертације, јављају се плодне и ратарски искоришћене површине Мачве на коју се, јужније, надовезују брдско-планински простори којима доминирају шуме и пашњаци и на којима је обрадивих површина мало. Пољопривреда Западне Србије представља најзначајнији сегмент привреде, посматрајући са аспекта туризма, а имајући у виду да пољопривредни производи чине саставни део гастрономске понуде за коју се издваја значајан део ванпансионске потрошње (Ивановић, 2013). Привреду Западне Србије карактерише развијено сточарство, ратарство, повртарство и воћарство. Тако, на пример, у условима еколошки очуваног земљишта и вода брдско-планинских предела постоје готово идеални услови за гајење кромпира (познати сјенички кромпир). Такође, воћарство има дугу традицију у Западној Србији, а најзначајније воће су шљива и бобичасто воће. Од осталих привредних грана, као значајни привредни потенцијали ове регије истичу се шумарство и рударство. У биљном покривачу брдско-планинских предела доминирају листопадне и четинарске шуме. Међутим, непланска сеча представља велику претњу шумским богатствима.

Пољопривредна производња развијена је у складу са природним одликама предела, али је, у односу на могућности, ипак недовољно развијена. Велику препреку за даљи развој привреде представља напуштање села и миграција из села у градове, што је довело до тога да је учешће пољопривредног у укупном становништву осетно смањено. Са променама у простору и са савременим урбаним тенденцијама све је мање људи који се баве пољопривредом, те су на селу и у пољопривреди остала углавном старачка домаћинства, приватни поседи су уситњени, неадекватно обрађени, са ниским степеном механизације.

5. ТРЕНУТНО СТАЊЕ И МОДЕЛ УПРАВЉАЊА ТУРИЗМОМ

У овом поглављу ће бити наведени приоритетни туристички производи заједнички за све дестинације на територији Западне Србије. Такође, биће наведени садашњи модели управљања туризмом на дестинацијама као и примери добре праксе.

5.1. Приоритетни туристички производи

Стратегијом развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године дефинисано је 18 приоритетних туристичких дестинација које су важне за комплетирање туристичког производа Србије. Туристичке дестинације дефинисане су према до сада развијеној инфраструктури и супраструктури, доступности и оствареном промету. На територији Западне Србије, која је предмет ове дисертације, налазе се туристички приоритетне дестинације: Подриње/Лозница/Бања Ковиљача, Дивчибаре/Ваљево и туристичка регија Западна Србија. На основу поделе дефинисане Стратегијом развоја туризма Републике Србије, маркетиншким плановима, анализом туристичке понуде и истраживањем тржишта, издвајају се следећи приоритетни туристички производи који су заједнички за три наведене туристичке регије: планински туризам, рурални туризам, туризам специјалних интереса, манифестације, кружна путовања, културне тематске руте (Табела 13).

Табела 13. Листа приоритетних туристичких дестинација

ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ	ПРОСТОРНИ ОКВИР	КЉУЧНЕ ВРЕДНОСТИ	ПОЛОВИ РАЗВОЈА	КЉУЧНИ ПРОИЗВОДИ
Подриње, Лозница, Бања Ковиљача	Лозница, Шабац, Крупањ	Културно наслеђе Природна богатства Дрина Гучево, Цер, Влашић Бања Ковиљача	Тршић Бања Ковиљача Шабац Лозница	Планински туризам Рурални туризам Манифестације Кружне туре Културно тематске туре Специјални интереси

Дивчибаре, Ваљево	Ваљево са Подгорином, Ваљевске планине	Културно наслеђе Природна богатства	Ваљево	Планински туризам Рурални туризам Манифестације Кружне туре Специјални интереси
Туристичка регија Западна Србија	Планине Златибор и Златар (географска целина Стари Влах) Планина Тара (НП) ПП Мокра Гора	Културно наслеђе Природна богатства Реке, језера НП Тара, Златибор и Златар РХ центри СРП Увац ПП Мокра Гора (Шарганска осмица и Дрвенград) Манастир Милешева	Чајетина Ужице Бајина Башта Ивањица Ариље Пожега Косјерић Нова Варош Пријепоље Прибој Сјеница	Екотуризам Етнотуризам Здравствени, spa & wellness Специјални интереси Манифестације Рурални туризам Културно тематске руте Планински туризам

Извор: Аутор на основу Стратегије развоја туризма Републике Србије од 2016. до 2025. године

Планински туризам представља један од најзначајнијих видова туризма у Западној Србији, са мноштвом планина које представљају изузетан туристички ресурс. Најзначајнији мотив доласка туриста у регију је одмор у природи на чистом ваздуху уз коришћење додатних садржаја.

Планине у Западној Србији управо нуде такав одмор, развијена је туристичка инфраструктура и супраструктура, мноштво обележених пешачких и бициклистичких стаза, разноврсна понуда једнодневних излета, посета културно-историјским знаменитостима. Планински туризам је у Стратегији развоја туризма Србије од 2016. до 2025. године препознат као један од кључних туристичких производа у развоју туристичке дестинације Подриње. Са друге стране, туристичка регија Западна Србија најбогатија је планинским потенцијалима који су концентрисани у једној регији и најпознатија је по планинама: Златибору, Тари и Златару. Промотивни слоган Туристичке организације регије Западна Србија „Традиција и топлина у срцу планина“ најбоље осликава срж туристичке понуде регије.

Рурални туризам

Занимање за бављење руралним туризмом у Западној Србији у сталном је порасту с обзиром на постојање још увек атрактивних и „нетакнутих” руралних предела. У све већој мери истичу се интереси туриста за боравак у природи. Све више посетилаца показује интересе за упознавање културе, обичаја и услова живљења у месту и околини у којој бораве за време свог одмора. Мотиви за долазак на село као што су мир, чиста природа, интеракција с новим људима (домаћини), здрава храна, „*slow food*” (уживање у храни), лагани темпо, физичка активност, заслужни су за настанак и опстанак руралног туризма као туризма окренутог индивидуалном госту и његовим потребама.

Западна Србија поседује велике туристичке потенцијале за развој овог вида туризма, међутим, и поред изузетне перспективе у регији Подриња и Ваљева, по обиму он је још увек скроман. Обе туристичке регије у стратегијама развоја туризма наводе планове за подршку развоју руралног туризма, као битног потенцијала регија (отварање нових туристичких објеката, побољшање туристичке инфраструктуре, отварање објеката домаће радиности, брендирање руралних производа и сл.).

Са друге стране, туристичка регија Западна Србија на својој територији поседује велики број домаћинстава која испуњавају високе стандарде и услове за пружање угоститељских услуга прописаних важећим правилницима (Табела 14).

Табела 14. Сметајни капацитети у селима регије Западна Србија

Општина/град	Број објеката	Број соба	Број лежаја
Пријеполје	13	35	77
Ариље	14	40	90
Бајина Башта	7	27	76
Чајетина	46	74	258
Косјерић	13	44	117
Ивањица	49	119	312
Лучани	7	41	108
Нова Варош	51	167	758
Пожега	9	31	84
Ужице	32	71	168
Сјеница	4	15	60
Укупно	245	664	2.108

Извор: Аутор на основу програма развоја туризма туристичке регије Западна Србија од 2020. до 2025. године

Незнатан број домаћинстава у овој регији поседује објекте карактеристичне традиционалне архитектуре као што су вајати, млекаре, воденице и слично. Поједина домаћинства располажу базенима на отвореном и рибањацима.

Слике 33, 34 и 35. Примери традиционалне архитектуре у сеоским туристичким домаћинствима (С лева на десно: Конак Мишић, Тршић (Лозница); Пољопривредно-туристичко газдинство Петровић, Паитрић (Мионица); Етно село Бошкова вода, Љубиш (Златибор))



Фото: Т. Божовић, 2021

У регији постоји велики број обележених бицикличких рута, а посебан квалитет су руте које спајају више дестинација. Већина издавалаца смештаја у понуди има пешачке стазе. Нека домаћинства поседују породичне радионице за обраду дрвета, израду сувенира, грнчарске радионице, радионице за израду традиционалних народних ношњи, дегустативне центре, а који се у смислу квалитетније понуде могу унапредити једино у оквиру шире локалне заједнице. Што се тиче осталих садржаја у смештајним капацитетима на територији коју обухвата ТОРЗС, већина домаћинства се бави производњом органске/здраве и квалитетне хране (баште, пластеници, њиве), па је, самим тим, значајна повезаност пољопривреде и руралног туризма. На тај начин, умногоме је олакшан пласман домаћих производа кроз припрему и услуживање obroка. Велики број домаћинства прерађује пољопривредне производе (слатко, сокови, џемови, ајвар...), чак нека од њих организују припремање зимнице али не и школе кувања. Прерадом ових производа обезбеђују се незнатни додатни приходи домаћинства. Ограничена је производња меса, прерађевина од меса и млечних производа на

газдинствима, која се надокнађује у оквиру других пољопривредних газдинстава у локалној заједници, произвођача истих (Стратегија развоја туризма Републике Србије, 2016).

Туризам специјалних интереса

Овај вид туризма се односи на путовања ради активног одмора, активности и доживљаја у складу са специфичним интересовањима појединаца или група. Туристи желе да развију своја интересовања и посећују локације које су у директној вези са њиховим афинитетима и преференцијама. Активни одмор може подразумевати лаке (енгл. *soft*) или тешке (енгл. *hard*) активности. Лаке активности подразумевају камповање, пешачење, бициклизам, пловидбу реком, јахање, лов, риболов, вожњу 4x4, активности у природи и лаке зимске активности. Тешке активности су: планинарење, планински бициклизам, проучавање кањона, проучавање пећина, тешке зимске активности, параглајдинг, рафтинг, слободно пењање, џип сафари (*jeep safari*), вожња кануом и кајаком. Велики број градова и општина које су у саставу туристичке регије Западна Србија имају у понуди неке од активности у природи. Посебан квалитет представљају пешачке, планинске и бициклистичке стазе које спајају више градова/општина. Непосредна близина комплементарних туристичких вредности планина пружа овој регији одличну предиспозицију за организацију излета и кружних тура.

Поред активног одмора, посебна врста туризма специјалних интереса је и спортски туризам. Регија Западна Србија поседује потенцијал за развој спортског туризма, било да је реч о пасивном или активном спортском туризму (зимски или летњи спортско-рекреативни туризам), спортском тренингу, спортским догађајима или носталгичном спортском туризму. Затворени базени могу бити значајан покретач развоја спортског туризма. Бројне планине Западне Србије, услед свог повољног географског положаја и одговарајућег климата, представљају идеална места за окупљања спортиста и обављање припрема и разних спортско-рекреативних активности. Планине познате по овој врсти туризма су Златибор, Гучево, Маљен (Дивчибаре) итд.

Манифестације

Вредност манифестације као туристичког производа може да допринесе повећању обима туристичке потражње, посебно према природним и антропогеним вредностима туристичког места или региона, као и да допринесе афирмацији мање познатих дестинација, утиче на повећање стопе понављајућих посета. Добра полазна

основа регије Западна Србија је постојање великог броја манифестација које покривају различита тематска поља: култура, народно и традиционално стваралаштво, спорт, гастрономија, прослава празника, музика и уметност, забава, манифестације посвећене деци и друго. Табела 15.

Табела 15. Најпосећеније манифестације у туристичкој регији Западна Србија

Назив манифестације	Процена броја посетилаца
Златиборско културно лето	180.000
Дринска регата Бајина Башта	80.000
„Златар фест“ Нова Варош	50.000
Међународни дечји фолклорни фестивал „Лицидерско срце“ Ужице	30.000
„Чобански дани“ Косјерић	15.000
„АРЛЕММ“ Арт фест Ариље	10.000
Сајухомеснатих производа „Пршутујада“ Мачкат	10.000
Фестивал природе и традиције „Жестивал“ Ужице	10.000

Извор: Модификованно према истраживаном подручју на основу Програма развоја туризма туристичке регије Западна Србија од 2020. до 2025. године

Слике 36 и 37. Дринска регата



Фото: Т. Божовић, 2018

Туристичка регија Ваљево и Дивчибаре има потенцијал који се огледа у бројним манифестацијама и разноврсним садржајима на малом простору. Организација ових догађаја дозвољава комбиновање различитих елемената туристичке понуде уз непосредност, гостољубивост, срдачност локалног становништва, омогућујући

укључење домицилног становништва у туристичке токове, а самим тим и могућности запослења у туризму. Туристичка регија Лознице, Подриња и Бање Ковиљаче у свом богатом календару манифестација истиче бројне културне манифестације и фестивале, традиционалне догађаје, економске манифестације, забаву и спортске догађаје. Вуков сабор је најзначајнија манифестација на територији града, а одржава се од 1933. године тако да представља најстарију културну манифестацију у Србији.

5.2. Органи управљања туризмом

У регији Западна Србија у микродестинацијама (градови и општине) управљају туристичке организације као једине законски уређене организације за управљање туризмом (Табела 16).

Њихова мисија је углавном оријентисана на маркетинг и промоцију. Снага локалних туристичких организација директно је повезана са степеном развијености туризма. То се не односи само на њихову величину и буџет, већ и на степен организованости. У циљу промоције и презентације дестинација, туристичке организације организују велики број манифестација, баве се израдом промо материјала, продајом сувенира и пружањем информација, учествују на сајмовима туризма, подржавају организације и удружења у припреми и реализацији других манифестација, организују различите обуке и семинаре у области туризма итд. Проблеми у функционисању могу се јавити услед честе промене директора у складу са променама на локалним политичким сценама, које могу да утичу негативно на функционисање туристичких организација, услед губитка континуитета у раду.

Табела 16. Туристичке организација на територији Западне Србије

Мачвански округ	1.	Туристичка организација општине Богатић
	2.	Туристичка организација општине Владимирци
	3.	Туристичка организација Шапца
	4.	Туристичка организација града Лознице
	5.	Туристичка организација општине Крупањ
	6.	Туристичка организација општине Мали Зворник
	7.	Туристичка организација општине Љубовија

Колубарски округ	8. Туристичка организација „Подгорина“ – Осечина
	9. Туристичка организација Ваљево
	10. Туристичка организација општине Мионица
	11. Туристичка организација општине Љиг
Златиборски округ	12. Туристичка организација регије Западна Србија
	13. Туристичка организација општине Косјерић
	14. Туристичка организација „Тара-Дрина“ – Бајина Башта
	15. Туристичка организација Ужица
	16. Туристичка организација општине Пожега
	17. Туристичка организација „Златибор“ – Чајетина
	18. Туристичка организација општине Ариље
	19. Туристичка организација општине Прибој
	20. Туристичка организација општине Пријепоље
	21. Туристичка организација „Златар“ – Нова Варош
	22. Туристичка организација општине Сјеница

Извор: Израда аутора

Пример добре домаће праксе јесте постојање и успешан рад Туристичке организације регије Западна Србија која постоји од 2006. године и до сада је једина регионална туристичка организација у Републици Србији формирана у складу са Законом о туризму као ДМО (дестинацијска менаџмент организација) у оснивању. У управљачким структурама, поред представника јавног сектора – локалних туристичких организација, налазе се ТОС (Туристичка организација Србије), удружење хотелијера, удружења туристичких агенција, представници Регионалне развојне агенције Златибор и Регионалне привредне коморе Ужице. Оваква организација тебало би да стимулише формирање Регионалних туристичких организација у осталим деловима Републике Србије које би у догледно време прерасле у регионалне ДМО (Стратегија развоја туризма Републике Србије, 2016). Градове и општине у туристичкој регији Западна Србија карактерише различит степен развоја туризма. Општина Чајетина је доминантна дестинација која учествује са више од 50% у туристичком промету. За њом следе Бајина Башта, Ужице и Нова Варош, док остале дестинације у регији имају туристички потенцијал, али се у њима остварује мали туристички промет.

Слике 38 и 39. Дестинације туристичке регије Западна Србија и лого туристичке регије (Извор: <https://westserbia.org/>)



Планом развоја туризма града Лознице, планирано је оснивање ТО регије Подриње, која би обухватала град Лозницу, општине Крупањ, Мали Зворник и Љубовија.



Слика 40. Туристичка мапа регије Подриње (Извор: <http://www.turistickaorganizacijaljubovija.rs/>)

Овим кораком унапредио би се начин управљања дестинацијом, креирали нови туристички производи на регионалном нивоу, допринело би се бољем маркетингу, видљивости и позиционирању дестинације на туристичкој мапи Србије и региона. Регионална туристичка организација представљала би први корак ка формирању ДМО, која треба да буде координатор и управитељ туристичком дестинацијом Подриње (Програм развоја туризма града Лознице, 2021).

6. МЕТОДОЛОГИЈА

У методолошком делу рада дата су научна образложења примене одабраних метода истраживања, начин одређивања узорка, инструменти и процедура истраживања. У првом делу овог поглавља детаљно је објашњена изабрана скала за мерење ставова локалног становништва о развоју туризма и дат је увид у начин формирања интервјуа који се спроводио међу носиоцима туристичке понуде. Такође, разматране су хипотезе истраживања које се односе на ставове локалног становништва о развоју туризма, као и хипотезе о разумевању и могућности примењивања концепта спорог туризма међу носиоцима туристичке понуде. Посебна пажња је посвећена анализи и статистичкој обради података.

6.1. Инструмент истраживања

За потребе дисертације одлучено је да је најприкладније употребити мешовити метод истраживања (Слика 41), који је у литератури прихваћен као трећи метод поред квалитативног и квантитативног истраживања. Овај метод премошћује наведене две методе (Creswell, 2009) и омогућава боље разумевање истраживачког проблема (Creswell & Clark 2007; Khoo-Lattimore, Mura & Yung, 2019; Mariani & Baggio, 2020).

Слика 41. Дизајн истраживања

Извор: Самостална израда аутора 2022. године



Како би се истражили сви циљеви дисертације било је потребно добити податке не само од локалног становништва, већ и испитати ставове носилаца туристичке понуде у Западној Србији о теми која се истражује.

Повећана академска пажња посвећена употреби квалитативних и квантитативних метода и техника у оквиру истраживачких пројеката довела је до приступа истраживања мешовитих метода (енгл. *mixed methods research*) и овај метод се сматра трећом великом истраживачком парадигмом (Creswell & Creswell, 2018) или методолошким покретом (Teddlie & Tashakkori, 2009). Мешовита метода истраживања дефинише се као „приступ истраживању који укључује прикупљање и квантитативних и квалитативних података, интегришући два облика података и користећи различите дизајне који могу укључивати филозофске претпоставке и теоријске оквире. Основна претпоставка овог облика истраживања је да комбинација квалитативног и квантитативног приступа пружа потпуније разумевање истраживачког проблема него било који приступ самостално” (Creswell & Creswell, 2018, стр. 4). Да мешовита метода пружа потпуније разумевање истраживачког проблема слаже се и Берг (Berg, 2001) који наводи да ова метода такође нуди и садржајнију слику стварности која често није довољно обезбеђена употребом појединачне методе, квалитативне или квантитативне. Поједини аутори наводе да мешовита метода може имати предност током истраживања јер нуди боље закључке и омогућава да се студија представи из више перспектива (Teddlie & Tashakkori, 2009).

Мариани и Бађио (Mariani & Baggio, 2020) у свом истраживању охрабрују научнике да прихвате мешовите методе истраживања, како не би долазило до нескладних резултата применом само квантитативне или само квалитативне методе истраживања.

За потребе ове дисертације коришћена су два упитника. Први упитник се спроводио међу локалним становништвом регије Западна Србија, док је други упитник представљао полуструктурисани интервју који се обављао са носиоцима туристичке понуде у Западној Србији.

6.1.1. Дизајнирање анкетног упитника

Један од кључних фактора успеха туристичке привреде у свим областима јесте подршка локалне заједнице (Campón-Cerro et al., 2017; Davis & Morais, 2004; Demirović et al., 2020). У досадашњој литератури, неколико истраживања нагласило је значај осећаја благостања локалног становништва и њихов пристанак за развој туризма, који су повезани са начином на који они перципирају резултате туризма у заједници (Jeon & Kang, 2016; Nunkoo & So, 2015; Woo, Kim & Uysal, 2015). Истраживања су показала да је подршка развоју туризма од стране локалног становништва најчешће повезана са перцепцијом користи од туризма (Nunkoo & Gursoy, 2012; Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Styliadis et al., 2014). Важан елемент у истраживањима студија туризма представља и везаност локалног становништва за заједницу (Eslami et al., 2019). Многи научници су нагласили да приврженост заједници има значајну улогу у обликовању ставова локалног становништва који се тичу развоја туризма (Brehm, Eisenhauer & Krannich, 2004; Tsai, 2012; Rasoolimanesh, Jaafar & Kock, 2015).

На основу прегледа литературе, формиран је анкетни упитник који је спроведен међу локалним становништвом и односи се на испитивање ставова о развоју туризма у њиховим заједницама (Прилог 1). Овај упитник се састоји од седам целина/делова.

Први део овог упитника, односио се на социодемографске карактеристике испитаника (пол, године старости, општину пребивалишта, занимање, месечна примања и степен образовања). Социоекономски фактори као што су старост, пол, приход, ниво образовања (McGehee & Andereck, 2004) и финансијска зависност о туризму (Kim, Uysal & Sirgy, 2013) представљају важне факторе који су повезани са ставовима и подршком локалног становништва развоју туризма (Demirović et al., 2020). Наведене карактеристике коришћене су за креирање профила испитаника, како би се ова веза испитала. Испитаници су за наведене категорије имали понуђене одговоре, осим за године старости и место пребивалишта где су сами уписивали одговор.

Други део упитника, односио се на тренутно учешће у развоју туризма у заједници. Испитаницима је понуђено да се изјасне са „да“ или „не“, односно да одговоре да ли су укључени у развој туризма у заједници или нису укључени. Наведено питање формирано је у упитнику како би се утврдило у којој мери је локално

становништво укључено у развој туризма у својој заједници. Наиме, претходна истраживања јасно су показала да резиденти запослени у делатностима које имају директне или индиректне везе с туризмом, боље перципирају туристички развој и позитивно су настројени према тој друштвеној појави (Andereck, Valentine, Knopf & Vogt, 2005; Draper, Woosnam & Norman, 2011; Milman & Pizam 1988; Styliadis & Terzidou, 2014; Vargas-Sánchez, do Valle, da Costa Mendes, & Silva, 2015).

Трећи део упитника односио се на перцепцију локалног становништва о развоју туризма у њиховим заједницама. У литератури се могу пронаћи бројне скале за мерење утицаја туризма на заједницу или њихову подршку туристичком развоју (Andereck & Vogt, 2000; Ap & Crompton, 1998; Choi & Sirakaya, 2005; Lankford & Howard, 1994). Међутим, за мерење перцепције локалног становништва у овој дисертацији формиране су скале раније коришћене у исте сврхе на истом подручју истраживања (Србија). Наиме, Д. Демировић је са сарадницима (Demirović et al., 2020) истраживала перцепцију локалног становништва у руралним срединама кроз уочене користи од развоја туризма. Скала се састоји од 10 ставки, које се односе на једну од три сегмента користи: друштвене користи (пет ставки), користи по животну средину (две ставке) и економске користи (три ставке). Аутори су скале формирали на основу ранијих истраживања на ову тему (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014; Gursoy & Rutherford, 2004).

Табела 17. Користи развоја туризма

Друштвене користи развоја туризма
Животни стандард у заједници је повећан захваљујући туризму.
Локална култура се више чува и поштује захваљујући туризму.
Захваљујући туризму повећане су могућности за учешће у локалним активностима (концерти, сајмови, изложбе...).
Осећај припадности локалној заједници јачи је због туризма.
Могућности за усавршавања/едукације повећане су због туризма.
Користи развоја туризма по животну средину
Туризам подстиче заштиту животне средине.
Захваљујући туризму више (природних) подручја је заштићено.
Економске користи развоја туризма
Развојем туризма повећавају се вредности локалних некретнина.
Долази до већих инвестиција у туристичку инфраструктуру, развојем туризма.
Долази до већих инвестиција у локалну инфраструктуру, развојем туризма.
<i>Извор: Прилагођено оригиналним варијаблама према истраживаном подручју (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014; Gursoy & Rutherford, 2004; Demirović et al., 2020).</i>

Четврти део упитника односио се на степен привржености локалног становништва заједници, односно перцепцију посматрања живота у заједници. Литература пружа различите перспективе о односу између привржености заједници од стране локалног становништва и њиховој подршци развоју туризма (McCool & Martin, 1994; Pennington-Gray, 2005). Рецимо, неки аутори не проналазе значајну везу између везаности за заједницу и подршке развоју туризма (Choi & Murray, 2010; Gursoy et al., 2002), док неки указују да везаност за заједницу значајно и директно утиче на подршку развоју туризма (Gursoy & Rutherford, 2004; Nicholas et al., 2009). Дакле, претходним студијама недостаје консензус у вези са овом темом.

Пети део истраживања, надовезао се на претходни сегмент, те је имао за циљ да анализира намере локалног становништва да подрже развој туризма у својој заједници. За овај део упитника коришћено је 14 ставки које су у свом истраживању користили Демировић и сарадници (Demirović et al., 2020), а преузели су их из претходних истраживања о привржености заједници (Lee, 2013) и подршци развоју туризма (Nicholas et al., 2009; Woo et al., 2015).

Табела 18. Приврженост заједници и подршка развоју туризма

Приврженост заједници
Заједница у којој живим је богата садржајима и лепо је уређена.
Сматрам да је живот у мојој заједници бољи него у другим заједницама.
Волим што живим баш у овој заједници.
Живот у мојој заједници осликава и мој начин живота.
Живот у мојој заједници ми олакшава и омогућава многе ствари.
Осећам јаку припадност месту у ком живим.
Веома сам везан/а за место у ком живим.
Људи које познајем фаворизују нашу заједницу и њен туристички потенцијал над другим заједницама.
Подршка развоју туризма
Подржавам развој туристичких иницијатива које су одрживе и добре за моју заједницу.
Радо бих ступио/ла у контакт са туристима из других култура.
Волео/ла бих да активно учествујем у креирању планова и стратегија повезаних са туризмом.
Волео/ла бих да учествујем у промоцији еколошког образовања и иницијатива за очување моје заједнице.
Подржао/ла бих даљи развој туризма у својој заједници.
Верујем да ће даљи развој туризма позитивно утицати на квалитет живота свих становника места у ком живим.

Извор: Прилагођено оригиналним варијаблама према истраживаном подручју

(Demirović et al., 2020; Lee, 2013; Nicholas, Thapa & Ko, 2009; Woo, Kim & Uysal, 2015)

Шести део истраживања имао је за циљ да анализира и процени вољу локалног становништва да се укључи у развој спорог туризма на дестинацији. Скала која се користила за овај део садржи 15 ставки које су формиране од стране аутора на основу прегледа литературе о спором туризму и на основу неких од критеријума за формирање производа спорог туризма који су представљени у оквиру пројекта „Медитеран као иновативна, интегрална и јединствена дестинација за иницијативе спорог туризма“ (*Med Pearls-The Mediterranean as an innovative, integral and unique destination for Slow Tourism initiatives*), покренутог од стране Европске уније 2019. године. Наведене ставке односе се на критеријуме и захтеве које треба испунити као услов за креирање производа спорог туризма. Ставке су осмишљене узимајући у обзир пилот-области пројекта и могу послужити као инспирација другим дестинацијама. Критеријуми су класификовани у различите одељке који представљају особине које би одговарале потпуном пакету спорог туризма. Ови одељци се односе на део туристичког производа спорог туризма у општем контексту производа спорог туризма, активности у којима локално становништво може учествовати, услуге припреме локалне хране и пића, као и у области која се односи на транспорт, а могућ је допринос локалног становништва. Једина област која је изузета је смештај путника, с обзиром да се тај део истраживања обављао одвојено у склопу истраживања туристичке понуде Западне Србије. Наведена скала је преведена са енглеског на српски језик и представљена је са извесним модификацијама од стране аутора, како би била прилагођена подручју истраживања (Табела 19).

Табела 19. Подрика развоју спорог туризма

Опште карактеристике производа спорог туризма
Пружио/ла бих посетиоцима услугу туристичког вођења кроз мој крај уколико изразе жељу.
Успоставио/ла бих пословни однос са представницима туризма у мом месту.
Укључио/ла бих се у писање брошуре (туристичког водича) кроз мој крај уколико би постојала иницијатива.
Представљао/ла бих туристички потенцијал мог краја на друштвеним мрежама.
Похађао/ла бих обуке (семинаре, тренинге) како бих био/ла у могућности да допринесем развоју туризма.
Активности у којима локално становништво може учествовати
Радо бих ступио/ла у контакт са посетиоцима који посете моје место.
Пружио/ла бих све потребне информације посетиоцима.
Представио/ла бих посетиоцима културу мог краја.
Укључио/ла бих се у развој туризма уколико би добио/ла помоћ од локалних власти.
Укључио/ла бих се у пројекат туристичког представљања мог краја.

Услуге припреме локалне хране и пића

Волео/ла бих да се укључим у развој туризма свог места кроз продају производа локалне радиности (храна, пиће, сувенири...).

Прихватио/ла бих сарадњу локалних представника туризма да представим кулинарску понуду мог краја (дегустација хране, припрема оброка за организоване туре и сл.).

Транспорт

Упознао/ла бих посетиоце са рутама (путевима) које су мање познате и на прави начин представљају мој крај.

Пружио/ла бих информације посетиоцима и упознао/ла их са локалним превозом на дестинацији.

Предложио/ла бих посетиоцима да током боравка на дестинацији више користе бицикл, шетњу, електрично возило или неко друго еколошки прихватљиво превозно средство.

Извор: Израда аутора

У досадашњој литератури о спором туризму бројни аутори наводе локално становништво и значај локалног карактера дестинације као један од важних стубова овог вида туризма (Caffyn, 2012; Pécsek, 2018; Tomas, 2014) и као један од кључних фактора у формирању искуства туриста (Conway & Timms, 2010; Gardner, 2009; Petrini, 2011). Такође, многи аутори су нагласили да се дубља и суштинска повезаност са дестинацијом најбоље може остварити кроз развијање комуникације и учешће у свакодневном животу локалног становништва (Bâc & Aksöz, 2017; Dickinson & Lumsdon, 2010; Heitmann et al., 2011; Yurtseven & Kaaya, 2011). Стога, премда је локална култура део туристичке понуде и без одобрења локалне заједнице немогуће је развијати и неговати спори туризам (Pécsek, 2015), било је битно истражити ставове локалног становништва према развоју овог вида туризма у њиховој заједници.

Седми део истраживања односио се на испитивање ставова локалног становништва о томе која би требала да буде њихова одговарајућа улога у развоју туризма. Скала за овај део истраживања преузета је из истраживања које је спровео Тосун (Tosun, 2006). Исти аутор (Tosun, 2000) наводи у својим ранијим истраживањима да би веће учешће локалног становништва у туризму олакшало имплементацију принципа одрживог туризма у дестинацијама. То би резултирало позитивнијим ставовима према развоју туризма, повећањем локалне толеранције према туризму и очувањем локалних ресурса.

Табела 20. Улога локалне заједнице

Локално становништво би требало да заузима већинску улогу предузетника и радника у туризму у заједници.
Локално становништво би требало да буде укључено у доношење одлука о туризму на нивоу заједнице.
Локално становништво би требало да присуствује семинарима и конференцијама на тему туризма.
Локално становништво би требало активно да учествује и допринесе у истраживањима на тему туризма.

Извор: Прилагођено оригиналним варијаблама према истраживаном подручју (Tosun, 2006)

Одговори у свим деловима, изузев првог и другог, оцењени су на Ликертовој скали (енгл. *Likert Scale*). Ликертова петостепена скала је послужила као најадекватнија за ову методологију, а оцене су биле дефинисане констатацијама: 1. апсолутно се не слажем, 2. делимично се не слажем, 3. немам став / не знам, 4. делимично се слажем и 5. у потпуности се слажем. Медокс је сугерисао да је Ликертова скала са пет или седам оцена најмеродавнија за истраживање утицаја туризма на одређену појаву или ставове, због њене несумњиве валидности (конвергентне и дискриминативне) (Maddox, 1985); најзад, скала је тако формулисана да јасно показује нивое слагања или неслагања испитаника са констатацијама (питањима) о туризму и туристичком развоју у насељу где они живе.

6.1.2. Дизајнирање интервјуа

Како у досадашњој литератури није истраживана примена спорог туризма на дестинацијама и било је мало емпиријских доказа о ставу представника туристичке понуде према овој врсти туризма, за други део истраживања коришћена је квалитативна метода. Недостатак литературе ограничава ово истраживање у развоју мерног алата који се може генерализовати за цео концепт и зато су преферирани квалитативни алати за прикупљање и анализу података. Такође, у овом истраживању навођени су директни цитати испитаника као репрезентативни извор података, који из истраживања треба да изведу доказе зашто студија одговара на задато истраживачко питање (Braun & Clarke, 2012).

За овај део истраживања коришћен је полуструктурисани интервју за прикупљање података. Полуструктурисани интервју спроводи се тако да истраживач поставља низ унапред формулисаних, отворених питања, чиме се омогућава више контроле над правцем и садржајем разговора (Wattles, 2019). Спроводећи овај вид интервјуа, истраживачу се на основу тока разговора могу јавити нова додатна питања, која првобитно нису постојала, а могу довести до нових неочекиваних сазнања (Ayres, 2008; Wattles, 2019).

С обзиром да се интервјуи најчешће разликују међусобно, препоручљиво је припремити контролну листу тема о којима ће се разговарати, а да не представљају формални упитник (Veal, 2006). За спроведено истраживање коришћена је контролна листа тема и питања заснованих на концептуалном оквиру и унапред формулисаним питањима која су омогућавала извесну флексибилност. Овакав приступ омогућио је прикупљање детаљних и комплементарних података о истој теми (Rapley, 2004; Serdane, 2017).

Процедура за интервју је разрађена на основу прегледа литературе и досадашњих истраживања о спором туризму, као и на основу основних хипотеза дисертације и сазнања до који се желело доћи. Да би се дошло до сазнања да ли су испитаници, који представљају део туристичких пружалаца услуга у Западној Србији, спремни да спроведу и прихвате концепт спорог туризма, постављена су три контролна питања током формирања интервјуа. Контролна питања су се односила на:

1. Разумевање концепта спорог туризма и потенцијал дестинације за спровођење;
2. Опште карактеристике капацитета понуде на основу којих се може утврдити да ли туристичка понуда има капацитет и потенцијал да примени овај вид туризма;
 - Одрживост туристичких капацитета;
3. Спремност носилаца туристичких понуда да се укључе у развој спорог туризма.

Поред контролних питања, формиран је генерални изглед концепта разговора (Табела 21). За ово истраживање није коришћен структурисани модел интервјуа. Постављена хипотеза докторске дисертације, као и сама тема дисертације, захтевали су мноштво потпитања која би навела саговорника да што боље схвати тематику разговора и да пружи што више информација корисних за даље истраживање и анализу.

Табела 21. Питања и потпитања структурисаног интервјуа

Питања
<ol style="list-style-type: none"> 1) Да ли сте пре овог разговора чули за концепт спорог туризма? 2) Да ли сматрате да Западна Србија и Ваша дестинација имају потренцијал за примењивање концепта спорог туризма? Да ли бисте подржали тај концепт? 3) Ваш смештај је грађен у стилу простора на коме је (тип сеоске куће, колибе, викендице...)? 4) Да ли је Ваш смештај окружен природним/руралним простором? 5) Да ли имате директан контакт са гостима (лична добродошлица, информисање о околини, предлагање атракција у окружењу...)? 6) Сматрате ли да Ваши гости имају прилику да у потпуности осете дестинацију, створе богато искуство, да се повежу са Вама као домаћином и са локалним становништвом? 7) Уколико у Вашем смештају имате понуду исхране, да ли нека јела спремате на традиционалан начин? 8) Да ли Ваше домаћинство поседује неко признање или награду у погледу одрживости и одговорног пословања? 9) Уколико би постојала иницијатива, да ли бисте се укључили у формирање јединственог туристичког производа на нивоу Ваше дестинације, општине или региона?
Потпитања
<ol style="list-style-type: none"> 1) Према Вашем мишљењу, са којим другим облицима туризма бисте Ви повезали спори туризам (на који облик туризма Вас асоцира)? 2) Које су то кључне вредности Вашег места као туристичке дестинације гледано из Вашег угла, са аспекта предузетника (нпр: природа, мир, авантура, шопинг, аутентичност, забава...)? 3) Према Вашем мишљењу, шта има највећи утицај на развој туристичког сектора у Вашој дестинацији? Шта мотивише туристе у највећој мери (смештај, шопинг, природне атракције, културне атракције, гостопримство, гастрономија, клима...)? 4) У којој мери сматрате да је Ваша дестинација одржива - незагушен саобраћај, низак ниво загађења, доступна пијаћа вода...? 5) Да ли сматрате да постоји довољан број смештајних капацитета (соба) у Вашој дестинацији? 6) Да ли је смештај дуго у власништву Ваше породице (породично предузеће)? 7) Да ли су Ваша циљна група домаћи или страни гости и којих гостију више има? 8) Да ли сте приметили разлику у доживљавању дестинације и шта је то што више воле страни туристи, а шта домаћи? 9) Да ли су посетиоцима у заједничким просторијама или собама доступне брошуре, мапе и сл. које их могу информисати о подручју, атракцијама и другим корисним информацијама? 10) Да ли је Ваш смештај погодан за особе са ограниченим потребама? 11) Да ли бисте били у могућности да угостите туристе са посебним интересовањима (планинари, посматрачи птица, бициклисти...)? 12) Да ли користите локалне производе у припреми хране за госте? 13) Да ли имате остварену сарадњу са локалним добављачима и произвођачима (купујете локалне производе)? 14) Да ли организујете дегустацију хране за туристе или на неки начин представљате своју гастрономску понуду посетиоцима који нису гости смештаја? 15) Да ли пазите на уштеду енергије и контролу смањења потрошње воде?

- 16) Да ли разврставате отпад пре одлагања или можда носите отпад на рециклажу?
- 17) Да ли бисте подржали увођење „еко-ознаке“ и да ли бисте је прихватили (радили на њеном добијању)?
- 18) Да ли радите на усавршавању Вас и особља и спремни сте да прихватите иновације (у погледу одрживости, одговорног пословања...)?
- 19) Да ли бисте похађали обуке уколико би биле организоване од стране привреде (у циљу развоја туризма)?
- 20) Да ли подстичете запошљавање локалних становника (на сталним или привременим пословима)?
- 21) Да ли Ви као предузетник имате жељу да се представите на другачији начин од конкуренције и других туристичких производа на тржишту (пружити туристима место које нуди више релаксације и мирније искуство са више доживљаја и богатијег искуства)?
- 22) Да ли сматрате да би туристи били вољни да плате више новца за бољу и комплетнију услугу (виши стандард смештаја, више садржаја, директни контакт са домаћином, туристичко вођење у оквиру дестинације...)?

Контролна питања, као и потпитања, формирана су на основу раније спроведених истраживања која су обрађивала сличне сегменте ове теме. Тако, Сердане (Serdane, 2017) у својој докторској дисертацији обрађује тему разумевања и упознатости са темом спорог туризма; Валс и сарадници (Valls et al., 2019) у свом раду дају приказ истраживања и питања о томе да ли се карактеристике развоја туризма на острву Мадеира уклапају у основе спорог туризма, да ли међу туристичким предузетницима постоји отворено позитиван став према спором туризму и да ли би били спремни да овај модел туризма примене. Такође, на основу критеријума о формирању спорог производа, који су наведени у оквиру пројекта „Медитеран као иновативна, интегрална и јединствена дестинација за иницијативе спорог туризма“ (*Med Pearls-The Mediterranean as an innovative, integral and unique destination for Slow Tourism initiatives*), формирана су питања која се односе на карактеристике смештаја у туристичкој понуди. Наведене ставке односе се на критеријуме и захтеве које треба испунити као услов за креирање производа спорог туризма. На основу датих критеријума, аутор је формирао отворена питања како би дошли до сазнања о томе да ли се карактеристике развоја туризма у домаћинствима у Западној Србији уклапају у основе спорог туризма. Одређен број питања додат је од стране аутора, на основу постављене хипотезе и сазнања до којих се желело доћи.

6.2. Узорак, простор и процедура истраживања

Према резултатима последњег пописа становништва из 2022. године, у Западној Србији која обухвата Мачвански, Колубарски и Златиборски административни округ, живи 692.794 становника у 25 општина. С обзиром да је циљ првог дела истраживања био да се анализирају ставови локалног становништва о развоју туризма у њиховим заједницама, истраживање је спроведено у свим општинама и градовима Западне Србије. Највећи фокус приликом анкетирања био је на територији Златиборског округа, с обзиром да је долазак туриста у општинама овог округа најдоминантнији (Табела 22). Према томе, узорак је утврђен пратећи пропорцију долазака туриста по окрузима. Од укупног узорка од 845 испитаника, 113 испитаника (13.4 %) је из Мачванског округа, 148 испитаника (17.5 %) је из Колубарског округа, док је највећи део испитаника (584) био из Златиборског округа што чини 69.1 % узорка.

Табела 22. Промет туриста у Мачванском, Колубарском и Златиборском округу

Округ	Долазак туриста (2019. година)
Мачвански округ	67.227
Колубарски округ	70.466
Златиборски округ	394.143
Укупно	531.836

Извор: Републички завод за статистику, 2020

Када се узме у обзир однос броја становника и броја испитаника, добија се да је 0.1%-0.2% становника испитано. Подаци су прикупљани од јула 2021. године до јула 2022. године, директним контактом (енгл. *face-to-face*), као и електронским путем, преко онлајн упитника (*Google Docs*), који је био подељен на друштвеним мрежама (*Facebook*, *Instagram*) или је слат путем е-поште. Испитаници су обавештени да је анкетни упитник анониман, а учешће добровољно и да ће се резултати анкете користити само у научне и истраживачке сврхе. У истраживању је учествовало више жена (53,3%) него мушкараца (46,7%) просечне старости 40 година.

У другом делу истраживања, које се односило на интервју са испитаницима који представљају део туристичке понуде Западне Србије, укључено је укупно 25 испитаника. Као и у првом делу истраживања, број испитаника према окрузима је одређен пропорцијално томе у којој мери је туризам развијен у датом округу. Тако је у

Мачванском и Колубарском округу спроведено по пет интервјуа (40%), док је у Златиборском округу интервју спроведен са 15 испитаника (60%). У истраживање су били укључени носиоци туристичке понуде, тачније сеоска туристичка домаћинства Западне Србије. На основу претходно прегледане литературе о повезаности спорог и руралног туризма, може се увидети да наведене две врсте туризма имају доста сличности. Како је један од битних потенцијала Западне Србије рурални туризам (Програм развоја туризма туристичке регије Западна Србија, 2021), аутори су, са циљем да испитају потенцијал за развој спорог туризма у овом региону, одредили критеријум приликом одабира испитаника. Наиме, једини критеријум приликом одабира био је да су испитаници власници сеоског туристичког домаћинства на територији Западне Србије.

Квалитативно прикупљање података обављено је на одабраним локацијама у више наврата од јула 2021. до јуна 2022. године. Интервјуи су обављени са власницима у сеоским туристичким домаћинствима који су показали интересовање за учешће у овом истраживању. Узорак ове студије чини 25 испитаника. У досадашњој литератури, често се може пронаћи податак да типична величина узорка квалитативних истраживања варира између 20 и 35 учесника (Creswell, 1998; VanderStoep, 2009; Serdane, 2017). Маршал и сарадници (Marshall, Cardon, Poddar & Fontenot, 2013) препоручују опсег од 20 до 30 интервјуа за темељно истраживања и опсег од 15 до 30 интервјуа за студије случаја (Petrović et al., 2021). Штавише, чак и величине узорка од 10 интервјуа (Sandelowski, 1995) или 12 интервјуа (Boddy, 2016) могу бити адекватне за узорковање међу хомогеном популацијом.

Међутим, да ли је узорак довољно велики може бити одређено „критеријумом вишка“ који се испуњава када нови испитаници не доприносе „додатним новим информацијама и разумевању теме“ (VanderStoep, 2009, стр. 188; Serdane, 2017). На основу наведеног, аутори сматрају да се величина узорка од 25 испитаника може сматрати адекватном за даљу анализу. Емпиријски део истраживања укључивао је две методе анализе: посматрање учесника и полуструктурисан интервју. Наведена два корака су подразумевала директно посматрање испитаника у њиховом пословном окружењу и интервјуе са њима. Фокус посматрања је био прикупљање тачних и деликатнијих података из ставова, мишљења и понашања испитаника (психолошка димензија) и њихове позиције/улоге у домаћинствима (социјална и пословна димензија). Примарни подаци су прикупљени путем интервјуа са стриктним оквиром тема које треба

да буду истражене, стога су аутори развили полуструктурирани протокол интервјуа. Како је један од циљева истраживања детаљно разумевање пословања сеоских туристичких домаћинстава у Западној Србији, ради даље анализе, одабрана је квалитативна метода за прикупљање и приказивање података како би се допунио спроведени преглед литературе.

Инструмент је организован у три широка дела: полуструктурирана питања о разумевању концепта спорог туризма, о општим карактеристикама капацитета и о спремности носилаца туристичких понуда да се укључе у развој спорог туризма. Испитаници су на почетку упознати са предметом истраживања и да је истраживање анонимно. Интервјуи су обављани на два начина: директно у сеоским туристичким домаћинствима или разговором телефонским путем. У оба случаја, генерални нацрт питања послат је учесницима интервјуа путем е-поште, како би се упознали са темом истраживања. Сви интервјуи су снимљени (аудио-запис) како би изјаве испитаника остале оригиналне и омогућиле адекватну анализу, уз минималан губитак информација. Након тога, спроведена је ручна транскрипција интервјуа као и даља анализа података. Интервју је трајао од 19 минута до 66 минута. Просечан интервју је трајао око 40 минута. На основу сваког интервјуа исписане су детаљне белешке у виду транскрипције појединих делова текста. С обзиром на поверљиву природу одговора учесника, имена учесника нису приказана у дисертацији. У дисертацији, испитаници су наведени словом „И“ поред кога је наведен редни број, уз који стоји година старости испитаника, ради бољег разумевања ставова сходно годинама.

6.3. Методе коришћене у обради и анализи података

Први део рада, тачније теоријска проблематика, укључујући и дефинисање основних појмова истраживања, представља резултат коришћења методе *теоријске анализе*. Ова метода примењена је у целокупном теоријском делу дисертације, са циљем детаљног дефинисања појмова као што су спори градови, покрет споре хране, концепт спорог туризма и сличних појмова важних за овај рад.

У другом делу рада, прикупљени су подаци путем анкетног упитника и полуструктурисаног интервјуа. Подаци добијени анкетним упитником од локалног становништва Западне Србије детаљно су проверени током прикупљања, како би се испитала њихова валидност и прихватљивост за употребу. Подаци су обрађени у

софтверу за друштвене науке SPSS (енгл. *Statistical Package for Social Science - SPSS*), верзија 23.0. Са друге стране, подаци добијени полуструктурисаним интервјуом спроведеним међу делом туристичке понуде Западне Србије, ручно су транскрибовани ради даље анализе података.

При обради података коришћене су следеће статистичке методе:

- Технике дескриптивне статистике (првенствено приказ карактеристика узорка, али и додатно појашњавање одређених аспеката истраживања). Поједине хипотезе биће анализирани, тачније биће потврђене или оповргнуте применом средњих вредности (% слагања или неслагања).
- Експлораторна факторска анализа (груписање ставки о главним појмовима истраживања, које представљају саставни део анкетног упитника, у мањи број фактора, ради једноставнијег тумачења резултата).
- Т-тест и анализа варијансе (*ANOVA*) (утврђивање разлике ставова локалног становништва према подршци развоју туризма у односу на пол, године старости, општину пребивалишта, занимање, месечне приходе и степен образовања).
- Регресиона анализа (генерални линеарни модели – континуиране варијабле) (Слика 41). Регресиона анализа коришћена је за одређивање утицаја друштвених, економских и користи по животну средину на подршку развоју туризму. Такође, регресиона анализа коришћена је како би се утврдио утицај између варијабли које се односе на приврженост заједници и перцепције користи од туризма, као и на тенденцију подршке развоју туризма.
- Статистичке корелације (утврђивање коефицијента Пирсонове корелације, енгл. *Pearson correlation coefficient*) коришћене су између варијабли које се односе на приврженост заједници и подршку развоју туризма и развоју спорог туризма.

Методе статистичке обраде података послужиле су за доказивање или оповргавање постављених хипотеза истраживања. Обрадом података омогућен је увид у ситуацију по питању користи од развоја туризма, привржености заједници, подршке развоју туризма и спорог туризма, улоге локалне заједнице и међусобне повезаности наведених варијабли међу локалним становништвом Западне Србије. Такође, омогућен је увид у ситуацију по питању разумевања концепта спорог туризма, карактеристика

туристичке понуде и жеље за примењивањем концепта спорог туризма међу представницима туристичке понуде Западне Србије.

6.4. Постављање хипотеза истраживања

Хипотезе или претпоставке истраживања постављају се како би се потврдила или оповргнула извесна теза, становиште или мишљење на основу добијених резултата истраживања. Појам „статистички значајне разлике” има у статистици сасвим одређен и дефинисан смисао. Ако се тврди да је нека разлика статистички значајна, онда је потребно утврдити да она, без обзира на величину, није случајна, већ да разлика, врло вероватно, постоји и међу популацијама. Са друге стране, уколико се покаже да нема статистичке значајности, значи да разлика коју смо приликом мерења добили може бити и случајна последица варирања узорака, а да међу популацијама, којима ти узорци припадају, можда и нема никакве разлике (Petz, 1981). На основу литературе и теренског истраживања, утврђено је више хипотеза које су биле основа за даље истраживање.

Постављене хипотезе се проверавају употребом т-теста, једнофакторске анализе варијансе (ANOVA тест), корелације, регресионе анализе и средњих вредности (% слагања или неслагања). На основу добијених резултата, хипотезе могу бити потврђене (+), делимично потврђене (+/-) или оповргнуте (-).

Основна хипотеза докторске дисертације гласи: *Локално становништво Западне Србије има позитиван став према општем развоју туризма. Локално становништво има тенденцију да подржи развој спорог туризма и жељи да буде укључено у доношење одлука у вези са туризмом и спровођењем активности туризма. Носиоци туристичке понуде Западне Србије поседују потенцијале за развој спорог туризма и показују жељу да се укључе у његов развој у будућности.*

Истраживање спроведено у општинама Западне Србије имало је за циљ да утврди ставове локалног становништва према развоју туризма. На основу формираног истраживања задата је прва хипотеза докторске дисертације **X1: Локално становништво регије Западна Србија има генерално позитиван став према развоју туризма у својој средини.**

Локално становништво чини суштински и најважнији део туристичке дестинације, те је неопходно разумевање њихових ставова према развоју туризма, како би се у што већој мери допринело успеху туристичке дестинације (Campón-Cerro et al.,

2017). Интеракција локалног становништва у литератури је означена као најефикасније средство за постизање одрживог развоја туризма (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014). Стога је потребно разумети импликације развоја туризма са становништа локалног становништва како би се повећало знање о факторима који утичу на дугорочни, одрживи успех туристичке дестинације (Woo et al., 2015). Прва хипотеза је формирана на основу претпоставки да локално становништво има позитиван став према развоју туризма у својој заједници.

Премда се чини да су социоекономски фактори као што су пол, године старости, приход и степен образовања (McGehee & Andereck, 2004) кључни фактори који утичу на разлику у ставовима становника руралних подручја према томе да ли ће подржати развој туризма, постављена је хипотеза **X2: Ставови локалног становништва према развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на њихове социодемографске карактеристике.**

Друга хипотеза је формирана на основу претпоставки да се ставови локалног становништва према подршци развоју туризма разликују у односу на пол, године старости, општину пребивалишта, занимање, месечне приходе и степен образовања. Хипотеза ће у резултатима рада бити потврђена или оповргнута применом т-теста, једнофакторском анализом варијансе (ANOVA тест) или корелацијом. Ова хипотеза укључује шест потхипотеза:

X2a: Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на пол испитаника.

X2б: Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на године старости испитаника.

X2в: Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на место пребивалишта испитаника.

X2г: Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на занимање испитаника.

X2д: Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на висину просечних месечних прихода испитаника.

X2ђ: Ставови локалног становништва према подршци развоју туризма се статистички значајно разликују у односу на степен образовања испитаника.

Бројна истраживања (Nunkoo & So, 2015; Stylidis et al., 2014; Nunkoo & Gursoy, 2012) су показала да је подршка развоју туризма, коју исказују чланови локалне заједнице, у позитивној вези са њиховом перцепцијом користи од туризма. Међутим, премда је очигледно да су економске, социокултурне и еколошке користи од туризма створиле позитивне односе са подршком развоју туризма (Demirović et al., 2020), утицај туристичких користи на подршку развоју туризма није увек исти у свим случајевима. Наиме, у одређеној средини економске користи могу имати најјаче, а еколошке користи најслабији утицај (Stylidis et al., 2014) док су, са друге стране, становници малих заједница вољни да подрже туризам који је заснован углавном на перцепцији социокултурних и еколошких користи (Pham & Kayat, 2011). Са друге стране, нека истраживања наводе да када су се утицаји туризма перципирани као негативни, није било подршке развоју туризма (Gursoy, Chi & Dyer, 2010; Nunkoo & Gursoy, 2012).

ХЗ: Перцепција локалног становништва о користима од туризма и њихова тенденција да подрже развој туризма позитивно су повезани.

Трећа хипотеза је формирана на основу претпоставки да су перцепција користи од туризма и тенденција локалног становништва да подржи развој туризма позитивно повезане. Хипотеза ће у резултатима рада бити потврђена или оповргнута применом статистичке корелације. Из ове хипотезе могу се извести три потхипотезе:

ХЗа: Друштвене користи од развоја туризма позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма.

ХЗб: Користи по животну средину позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма.

ХЗв: Економске користи позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма.

Потхипотезе су формиране на основу претпоставки да друштвене, економске и користи по животну средину позитивно утичу на ставове локалног становништва да подржи развој туризма у заједници. Потхипотезе ће у резултатима рада бити испитане применом линеарне регресије.

У студијама туризма, важан елемент који се често узима у обзир јесте приврженост заједници тј. везаност становништва за локалну заједницу (Demirović et al., 2020; Kil et al., 2012; Tsai, 2012). Многи аутори изучавали су значај који приврженост заједници има у обликовању ставова становништва према развоју туризма (Adeniran & Akinlabi, 2011; Lee, 2013; Rasoolimanesh et al., 2015). Не постоји једногласно мишљење

међу научницима о односу између привржености заједници и подршке или утицаја на развој туризма. Постоје студије које су доказале да становништво које је привржено заједници туризам доживљава на позитиван начин, посебно користан за њихову локалну економију (Lee, 2013). Такође, становници који су били везанији за своју заједницу изражавали су подршку за даљи развој одрживог туризма (Adongo, Choe & Han, 2017). Са друге стране, постоје студије које истичу да становници са снажном приврженошћу заједници обично дају мању подршку развоју туризма у својој заједници, јер су ти становници вероватно перципирали туризам као претњу месту где живе (Draper et al., 2011).

Четврта, пета и шеста хипотеза су формиране на основу претпоставке да је приврженост заједници позитивно повезана са тенденцијом подршке развоју туризма и спорог туризма, као и са перцепцијом користи од туризма. Наведене хипотезе ће бити потврђене или оповргнуте применом статистичке корелације.

X4: Приврженост заједници и тенденција подршке развоју туризма су позитивно повезане.

X5: Приврженост заједници и перцепција користи од туризма су позитивно повезане.

X6: Приврженост заједници и тенденција подршке развоју спорог туризма у заједници су позитивно повезане.

У досадашњој литератури и истраживањима везаним за туризам не постоји тема која се бави спорим туризмом из перспективе локалног становништва. Стога је седма хипотеза формирана са претпоставком да локално становништво Западне Србије има жељу да се укључи у развој спорог туризма, без обзира на познавање концепта и назива овог вида туризма.

X7: Локално становништво показује жељу да се укључи у развој спорог туризма и спроводи га сходно својим могућностима.

Седма хипотеза је формирана на основу претпоставки да локално становништво има и показује жељу да подржи и да се укључи у развој спорог туризма, те да га спроводи сходно својим могућностима. Хипотеза ће у резултатима рада бити потврђена или оповргнута применом средњих вредности (% слагања или неслагања).

Осма хипотеза је формирана на основу претпоставке да локално становништво сматра да треба да учествују када је у питању доношење одлука, учешће у пословима везаним за туризам, као и целокупно учешће у развоју туризма Западне Србије. Ова

хипотеза биће испитана такође применом средњих вредности (% слагања или неслагања).

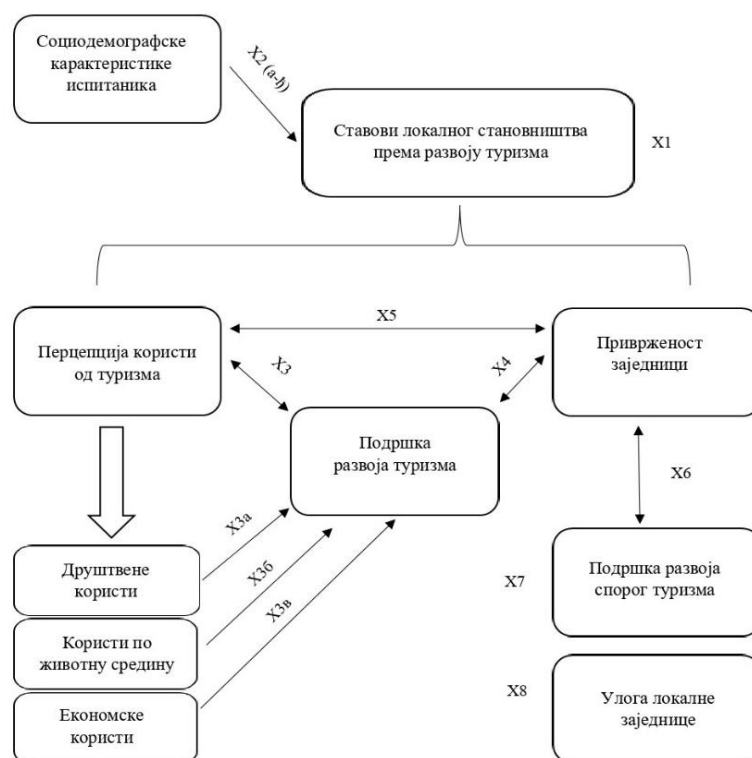
X8: Локално становништво сматра да треба да буде укључено у развој туризма Западне Србије.

Наредне хипотезе формиране су са претпоставком да су туристички пружаоци услуга упознати са појмом концепта спорог туризма, да имају потенцијал, могућности и жељу да спроведу и прихвате дати концепт. Из ових претпоставки произилазе три хипотезе:

X9: Носиоци туристичке понуде упознати су са концептом спорог туризма.

X10: Носиоци туристичке понуде имају потенцијал и могућност да спроведу и примене концепт спорог туризма.

X11: Носиоци туристичке понуде имају жељу да се укључе у развој концепта спорог туризма у Западној Србији.



Слика 41. Предложени модел истраживања (X1-8)

Као што је у ранијем делу рада наведено, у делу дисертације у којем ће се испитивати хипотезе X9-X11 примењен је квалитативни приступ истраживању. Наведене хипотезе биће испитане дескриптивним методама.

7. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

У овом поглављу дисертације приказани су резултати добијени помоћу методолошких инструмената образложених у претходном поглављу рада. Сви добијени резултати пропраћени су адекватном дискусијом. У првом делу поглавља дат је увид у интерпретацију података који су резултати истраживања који се односе на испитивање ставова локалног становништва о развоју туризма у Западној Србији, док су подаци добијени коришћењем полуструктурисаног упитника (интервјуа) који је спроведен међу носиоцима туристичке понуде Западне Србије представљени у другом делу поглавља. Подаци су анализирани уз помоћ експлораторне факторске анализе података, дескриптивне статистичке анализе, т-теста за независне узорке, анализом резултата добијених помоћу једнофакторске анализе варијансе и коришћењем статистичких корелација и линеарних регресија.

7.1. Приказ резултата истраживања – локално становништво Западне Србије

У овом поглављу су приказани резултати примене метода статистичке обраде података прикупљених анкетним истраживањем локалног становништва о развоју туризма. Општине и градови који су обухваћени анкетним истраживањем су: Шабац, Лозница, Богатић, Владимирци, Коцељева, Мали Зворник, Крупањ, Љубовија, Ваљево, Уб, Лајковац, Осечина, Мионица, Љиг, Ужице, Косјерић, Бајина Башта, Пожега, Чајетина, Ариље, Прибој, Нова Варош, Пријепоље, Сјеница. Овде се пре свега мисли на резултате факторске (експлораторне) анализе података, дескриптивне статистичке анализе, регресионе анализе међу издвојеним факторима, т-теста за независне узорке, анализу резултата добијених помоћу једнофакторске анализе варијансе и коришћењем статистичких корелација.

7.1.1. Социодемографске карактеристике испитаника

У овом делу истраживања које се односи на ставове локалног становништва о развоју туризма у регији Западна Србија, учествовало је 845 испитаника оба пола, различитог пребивалишта, занимања, образовног статуса, година, прихода. Социодемографске карактеристике испитаника (локалног становништва Западне Србије) представљене су у Табели 23.

Табела 23. Социодемографске карактеристике испитаника

Карактеристике	Апсолутне фреквенци је	Процент (%)		Апсолутне фреквенц ије	Процент (%)
Пол			Пребивалиште		
Мушки	395	46,7	Мачвански округ	113	13,4
Женски	450	53,3	Колубарски округ	148	17,5
			Златиборски округ	584	69,1
Занимање			Степен образовања		
Студент/киња	91	10,8	Основна школа	16	1,9
Запослен/а	615	72,8	Средња школа	283	33,5
Незапослен/а	87	10,3	Виша школа/факултет	421	49,8
Пензионер/ка	52	6,2	Мастер/ докторске студије	125	14,8
Године старости			Месечна примања		
15-24	93	11	< 300е	228	27
25-34	237	28	301-500 е	269	31,8
35-44	238	28,2	501-700 е	204	24,1
45-54	155	18,3	701-900 е	82	9,7
55-64	83	9,8	> 901 е	62	7,3
65-74	30	3,6			
75-84	9	1,1			

Извор: Резултати истраживања

На основу дескриптивних анализа, може се закључити да је узорак делимично уједначен према полу. Када се детаљно погледају подаци, може се видети да је у истраживање укључено више жена (53,3%) него мушкараца (46,7%). Најмлађи испитаник имао је 15 година, а најстарији 83 године. Просечна старост испитаника је 40 година, а стандардна девијација износи 13,07. Испитаници који су учествовали у истраживању имају пребивалиште у три округа. Највећи део испитаника је са пребивалиштем у Златиборском округу (69,1%), затим следе испитаници из Колубарског (17,5%) и Мачванског округа (13,4%). Према занимању, испитаници су били подељени у четири групе. Из података се може закључити да је највећи број испитаника запослен (72,8%), а најмањи број испитаника чине пензионери (6,2%). Према приходима, испитаници су били подељени у неколико група, од оних који зарађују мање од 300 евра до испитаника који зарађују више од 900 евра месечно. Највећи број испитаника зарађује између 301 и 500 евра и од 501 до 700 евра. У односу на ове проценте, изузетно је мали удео оних који примају у просеку од 701 до 900 евра месечно (9,7 %), а занемарљив је број оних који месечно зарађују изнад 901 евра (7,3 %). Већина испитаника (49,8%) има завршену вишу школу или факултет, затим следи средња школа (33,5%), док је проценат испитаника са завршеном основном школом занемарљив (1,9%).

Поред наведених социодемографских карактеристика, установљено је који део испитаника је укључен у развој туризма у својој заједници. Резултати су показали да је само 27,5% испитаника на неки начин укључено у развој туризма. Оваква ситуација не иде у прилог истраживању, јер су ранија истраживања показала да резиденти који су запослени у делатностима које имају директне или индиректне везе с туризмом, боље перципирају туристички развој и позитивно су настројени према тој друштвеној појави (Andereck et al., 2005; Draper et al., 2011; Liu & Var 1986; Milman & Pizam 1988; Pizam & Pokela, 1985; Stylidis & Terzidou, 2014; Vargas-Sánchez et al., 2015).

7.1.2. Експлораторна факторска анализа

Истраживачка (експлораторна) факторска анализа се користи за анализу прикупљених података о међусобним везама скупова променљивих. Она није намењена за тестирање претпоставки (хипотеза) истраживања, већ за смањење количине унесених

података (Pallant, 2011) и њихово боље сагледавање и тумачење. Факторска анализа се сматра техником за „смањење количине података“ (енгл. *data reduction*).

У циљу испитивања структуре упитника, примењена је експлораторна факторска анализа главних компоненти, при чему је изабрана Облимин ротација (енгл. *Direct Oblimin*). Факторска анализа има за циљ да сведе податке на мањи број димензија, у овом случају на димензије које се односе на развој туризма у локалној заједници. На основу резултата анализе, настојали смо да видимо на који начин се фактори образују у српском узорку и у којој мери се разликују у односу на оне који су базично дефинисани (видети Demirović et al., 2020). У анализу је укључено укупно 24 варијабле.

Спроведеном факторском анализом утврдило се да укупно три фактора одговарају на захтев да карактеристични корен буде већи од један. Како би се потврдио број фактора, консултован је Скатер дијаграм (Графикон 1). Тачка лома на дијаграму превоја (*Screeplot*) је након треће компоненте, тако да је оправдано постојање издвојене три компоненте, тј. три фактора, јер се препоручује да се задрже сви фактори изнад превоја дијаграма (Catell, 1966). То подржава и оригиналну факторску структуру. Адекватност података за експлораторну факторску анализу је процењена вредностима Kaiser-Mayer-Olkin (КМО) критеријума прикладности података, са препорученом вредношћу већом од 0,6 (Kaiser, 1974) и статистички значајном вредношћу Бартлетовог теста сферичности (Bartlett, 1954). Анализа варијабли, како је и очекивано, показала је високу вредност $KMO=,950$ и статистички значајну вредност Бартлетовог теста ($X^2=16277,85$; $df=276$; $p<,000$). С обзиром да су између варијабли уочене корелационе везе са вредностима изнад 0,3, закључује се да су подаци одговарајући за експлораторну факторску анализу.

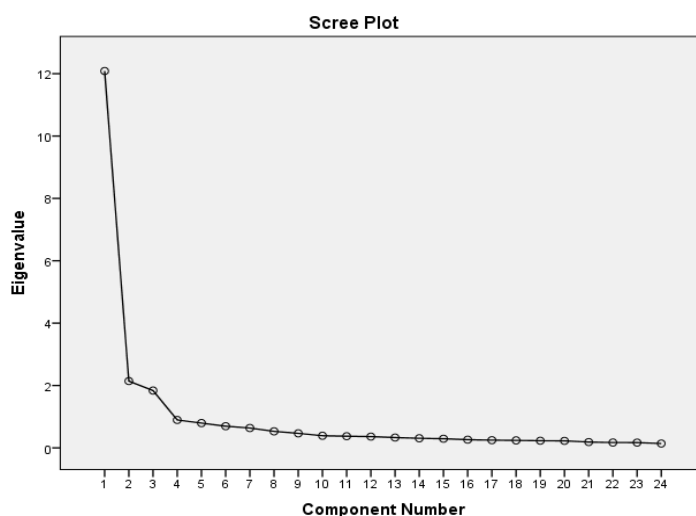


График 1. Скатер дијаграм (Извор: Резултати истраживања)

Анализа главних компоненти открила је присуство три компоненте са карактеристичним вредностима преко један, које описују 66,93% укупне варијансе. Расподела појединачних факторских доприноса је приказана у Табели 24.

Табела 24. Факторска засићења

Фактори	Укупан допринос	% варијансе	Кумулативни %	Ротиране суме квадратних доприноса
1	12,085	50,354	50,354	10,245
2	2,142	8,923	59,278	7,259
3	1,837	7,656	66,933	8,513

Извор: Резултати истраживања

Након екстракције фактора извршена је њихова ротација применом методе Облимин, која дозвољава корелацију између фактора. Тако је, након извршене факторске анализе, добијен модел са 24 питања о развоју туризма у дестинацији, који су даље груписани у три фактора.

Посматрајући три ротирана фактора уочава се да први фактор има 11 факторских тежина изнад 0,3, други фактор шест факторских тежина, а трећи фактор седам факторских тежина. Идеалан случај је када сваки фактор има три или више факторских тежина, тако да је решење да се издвоје три фактора оптимално (Pallant, 2011).

Након издвајања фактора испитана је њихова структура. Ранија истраживања на тему користи које заједница може имати од туризма (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014) идентификовала су већи број варијабли друштвених, економских и користи важних по животну средину него што је то случај у истраживању преузетом за потребе ове дисертације (Demirović et al., 2020). Наиме, у свом раду ти аутори (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014) идентификују седам варијабли друштвених користи (додатне варијабле: „контакт између локалног становништва и туриста може подићи свест да је туристички развој значајан за заједницу“ и „туризам доводи до повећаних трошкова у заједници“), пет користи по животну средину (додатне варијабле: „развој туризма може повећати број рекреативних могућности за становништво“, „туризам доводи до повећаних проблема у саобраћају“ и „туризам доводи до стварања проблема пренасељености становника“). Што се тиче економских користи, једина разлика огледа се у додатној варијабли „туризам повећава улагања у објекте и услуге као што су санација, водоснабдевање, управљање чврстим отпадом“.

У овој дисертацији, први фактор је описан са 11 варијабли. Оне се пре свега односе на користи које заједница може имати од развоја туризма, а које се односе на друштвене користи (пет варијабли), користи по животну средину (две варијабле) као и економске користи од развоја туризма (четири варијабле). Груписање варијабли је готово истоветно као на оригиналној скали (Demirović et al., 2020) са једном додатом варијаблом („*Заједница у којој живим је богата саржајима и лепо је уређена*“) која оригинално припада скали Приврженост заједници. Ипак, додавање ове варијабле не мења саму суштину скале, те је задржала оригинални назив **Перцепција користи од туризма**.

Други фактор је описан са шест варијабли. Оне описују личне ставове локалног становништва о пружању подршке развоју туризма, која се огледа у подржавању туристичких иницијатива, активном учествовању у креирању планова везаних за туризам и слично. Овај фактор у потпуности одговара оригиналном фактору са називом **Подршка развоју туризма**, стога је задржано ово име (Demirović et al., 2020; Nicholas et al., 2009; Woo et al., 2015).

Трећи фактор који се односи на Приврженост заједници, у ранијој литератури (Lee, 2013) идентификован је са 10 варијабли. Од наведених варијабли, у каснијем истраживању аутори Демировић и сарадници (Demirović et al., 2020) одбацили су две варијабле које се односе на то „*како локално становништво идентификује свој живот са животом у заједници*“ и „*осећањем да је заједница део њих*“. У овој дисертацији фактор 3 је описан са седам варијабли. Њихова садржина се односи на лични став локалног становништва о томе у којој мери су повезани са заједницом и колику припадност према њој осећају. Овај фактор одговара фактору **Приврженост заједници** из оригиналног упитника, са једном варијаблом мање која је у овој дисертацији распоређена у фактор 1. С обзиром да уклањање ове варијабле није значајно утицало на значење фактора, фактор 3 је именован као у оригиналном истраживању (Demirović et al., 2020). Детаљна факторска засићења дата су у Табели 25.

Табела 25. Засићења варијабле на факторима Перцепција користи од туризма (Ф1), Поддршка развоју туризма (Ф2) и Приврженост заједници (Ф3)

Варијабле ($\alpha = 0,956$)	Ф 1	Ф 2	Ф 3
Локална култура се више чува и поштује захваљујући туризму.	,842		
Туризам подстиче заштиту животне средине.	,822		
Захваљујући туризму повећане су могућности за учешће у локалним активностима (концерти, сајмови, изложбе...).	,820		
Могућности за усавршавања/едукације повећане су због туризма.	,814		
Захваљујући туризму више (природних) подручја је заштићено.	,802		
Туризам утиче на повећање инвестиција у локалну инфраструктуру.	,788		
Туризам утиче на повећање инвестиција у туристичку инфраструктуру.	,721		
Туризам утиче на повећање осећаја припадности локалној заједници.	,708		
Туризам утиче на повећање животног стандарда.	,638		
Развојем туризма повећавају се вредности локалних некретнина.	,523		
Заједница у којој живим је богата садржајима и лепо је уређена.	,502		
Волео/ла бих да учествујем у промоцији еколошког образовања и иницијатива за очување моје заједнице.		,866	
Волео/ла бих да активно учествујем у креирању планова и стратегија повезаних са туризмом.		,865	
Радо бих ступио/ла у контакт са туристима из других средина.		,838	
Подржао/ла бих даљи развој туризма у својој заједници.		,812	
Подржавам развој туристичких иницијатива које су одрживе и добре за моју заједницу.		,611	
Верујем да ће даљи развој туризма позитивно утицати на квалитет живота свих становника места у ком живим.		,588	
Веома сам везан/а за место у ком живим.			,861
Осећам јаку припадност месту у ком живим.			,845
Волим што живим баш у овој заједници.			,844
Живот у мојој заједници осликава и мој начин живота.			,786
Живот у мојој заједници ми олакшава и омогућава многе ствари.			,737
Сматрам да је живот у мојој заједници бољи него у другим заједницама.			,653
Људи које познајем фаворизују нашу заједницу и њен туристички потенцијал над другим заједницама.			,482

Извор: Резултати истраживања

С обзиром да је спроведена Облимин ротација која допушта повезаност између фактора, испитано је у којој мери они корелирају. Показало се да су корелације најзаступљеније између фактора Перцепција користи од туризма и Приврженост

заједници, која износи 0,576, док је корелација између фактора Перцепција користи од туризма и Подршка развоју туризма 0,495. Такође, веома јака корелација јавља се и између фактора Подршка развоју туризма и Приврженост заједници (0,431). Ове повезаности је могуће предвидети у односу на саму садржину фактора.

Пре тестирања хипотеза, спроведена је процена поузданости и валидности скале. Поузданост мерног инструмента испитана је применом Кронбаховог алфа (α) коефицијента (енгл. *Cronbach's Alpha Reliability Coefficient*). Овај мерни инструмент је међу најчешће употребљиваним показатељима унутрашње сагласности скале, тј. степена сродности варијабли од којих се скала састоји (Pallant, 2011). Анализа поузданости спроведена је како би се тестирала унутрашња коегзистентност, као мера поузданости конструката. У идеалном случају би Кронбахов алфа коефицијент требало да буде већи од 0,7 (DeVellis, 2003), стога је потврђено да су мере поузданости свих конструката прихватљиве за групне анализе јер су све веће од 0,7 (Nunnally, 1978), односно налазе се у распону од 0,907 до 0,941. Вредности Кронбах алфи, средње вредности и стандардна девијација за све факторе, представљене су у Табели 26.

Табела 26. Дескриптивна статистика и поузданост мерног инструмента

Фактори	Средње вредности	Стандардна девијација	α
Перцепција користи од туризма (Ф1)	3,2992	1,03778	0,941
Подршка развоју туризма (Ф2)	4,0682	0,92797	0,907
Приврженост заједници (Ф3)	3,2527	1,07049	0,914

Извор: Резултати истраживања

7.1.3. Анализа резултата добијених помоћу статистичких корелација

Статистичка корелација показује јачину и смер линеарне везе између две променљиве. Веза између издвојених фактора (Ф1-3) биће изражена помоћу коефицијента Пирсонове корелације (енгл. *Pearson product-moment correlation coefficient* – r), с обзиром да се ради о непрекидним (интервалним) променљивим. Према Коену (Cohen, 1988), вредности статистичких корелација могу бити: ниске ($r=0,10-0,29$), средње ($r=0,30-0,49$) и високе ($r=0,50-1,00$). Анализа корелације је примењена да би се

утврдила повезаност/веза међу факторима (Ф1-Ф3). На основу резултата приказаних у Табели 27, може се уочити да су све добијене корелације између посматраних фактора позитивне, као и да су све приказане корелације високе.

Табела 27. Просечне вредности корелације према Пирсону, на нивоу односа Ф1-3

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Фактор 1	1		
Фактор 2	0,62**	1	
Фактор 3	0,69**	0,55**	1

** Корелације су значајне на нивоу $p < 0,01$ (2-tailed)

Извор: Резултати истраживања

На основу резултата и приказаних високих вредности корелације, може се закључити да су перцепција користи од туризма (Ф1), подршка развоју туризма (Ф2) и приврженост заједници (Ф3) јако повезане. Из корелационе матрице се закључује да је позитивна корелација веома јака, на нивоу значајности који је мањи од 0,01, међу сва три фактора (Ф1 и Ф2 једнака 0,62; Ф1 и Ф3 једнака 0,69; Ф2 и Ф3 једнака 0,55). Ово се може протумачити тако да ће локално становништво које је више привржено заједници имати позитивнију перцепцију о развоју и користима од туризма, али и да ће користи од туризма позитивно деловати на то да локално становништво пружи већу подршку развоју туризма. Такође, битан је податак да приврженост заједници показује позитивну корелацију високог ранга са подршком коју заједница може дати развоју туризма. **Наведеним резултатима потврђене су хипотезе Х3, Х4 и Х5.**

Истражена је и повезаност између привржености заједници (Ф3) и ставова локалног становништва који се односе на подршку развоју спорог туризма (Табела 28).

Табела 28. Просечне вредности корелације према Пирсону, приврженост заједници и подршка развоја спорог туризма.

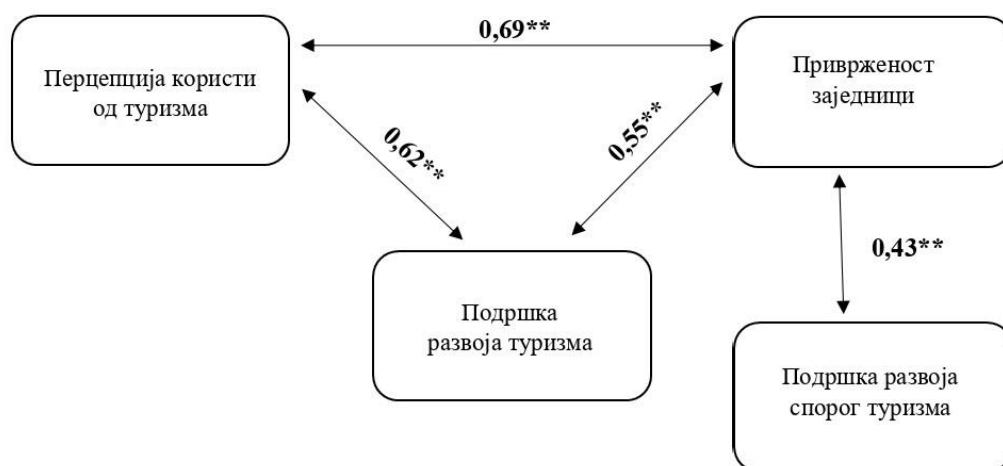
	Приврженост заједници (Ф3)	Подршка развоју спорог туризма
Приврженост заједници (Ф3)	1	
Подршка развоју спорог туризма	0,43**	1

** Корелације су значајне на нивоу $p < 0,01$ (2-tailed)

Извор: Резултати истраживања

Резултати корелационе анализе су показали да је корелација међу приказаним варијаблама позитивна, те да је корелација средње јачине ($r=0,43$). То може значити да ће становници који су у већој мери привржени заједници, у већој мери бити вољни да пруже подршку развоју спорог туризма у својој дестинацији, чиме је **потврђена хипотеза Х6**.

Слика 42. Графички приказ резултата за предложене хипотезе Х3, Х4, Х5, Х6.



7.1.4. Дескриптивна статистичка анализа добијених резултата

Ставови локалног станововништва о развоју туризма у локалној заједници

Са циљем да се испита прва хипотеза (Х1) која гласи: „Локално становништво регије Западна Србија има генерално позитиван став према развоју туризма у својој средини“, спроведена је дескриптивна статистичка анализа резултата ставова становништва.

Поред експлораторне факторске анализе којом се утврдило постојање три фактора који се односе на развој туризма у заједници, желело се доћи до детаљнијег приказа ставова локалног становништва о њиховој перцепцији користи од развоја туризма, њиховој подршци развоју туризма као и о њиховој привржености заједници. Све средње вредности приказане су у табелама 29, 30 и 31.

Табела 29. Перцепција локалног становништва о користима при развоју туризма

Перцепција користи од развоја туризма	Средња вредност (СВ)	Стандардна девијација (СД)
Друштвена корист	3,1941	1,13293
Туризам утиче на повећање животног стандарда.	3,120	1,2874
Локална култура се више чува и поштује захваљујући туризму.	3,359	1,2974
Захваљујући туризму повећане су могућности за учешће у локалним активностима (концерти, сајмови, изложбе...).	3,541	1,3250
Туризам утиче на повећање осећаја припадности локалној заједници.	3,024	1,3087
Могућности за усавршавања/едукације повећане су због туризма.	2,928	1,3155
Користи по животну средину	3,1467	1,28393
Туризам подстиче заштиту животне средине.	3,122	1,3710
Захваљујући туризму више (природних) подручја је заштићено.	3,172	1,3932
Економске користи	3,5068	1,07585
Развојем туризма повећавају се вредности локалних некретнина.	3,909	1,1794
Туризам утиче на повећање инвестиција у туристичку инфраструктуру.	3,626	1,2908
Туризам утиче на повећање инвестиција у локалну инфраструктуру.	3,395	1,3340
Заједница у којој живим је богата садржајима и лепо је уређена.	3,099	1,2655

Извор: Резултати истраживања

Као што је у ранијем делу рада наведено, испитаници су своје ставове изражавали на петостепеној Ликертовој скали, вреднујући их оценама које су биле дефинисане констатацијама: 1. апсолутно се не слажем, 2. делимично се не слажем, 3. немам став / не знам, 4. делимично се слажем и 5. у потпуности се слажем. На основу резултата дескриптивне анализе може се закључити да је перцепција локалног становништва о користима које имају од туризма на задовољавајућем нивоу (све средње вредности прелазе вредност 3).

Посматрајући добијене резултате, може се закључити да је локално становништво највише задовољно економским користима (СВ=3,5068; СД=1,07585). Користима по животну средину (СВ=3,1467; СД=1,28393) и друштвеним користима (СВ=3,1941; СД=1,13293) такође су задовољни, те је резултат позитиван.

Табела 30. Ставови локалног становништва о подршци развоју туризма

Подршка развоју туризма	Средња вредност (СВ)	Стандардна девијација (СД)
Волео/ла бих да учествујем у промоцији еколошког образовања и иницијатива за очување моје заједнице.	3,931	1,1724
Волео/ла бих да активно учествујем у креирању планова и стратегија повезаних са туризмом.	3,748	1,2522
Радо бих ступио/ла у контакт са туристима из других култура.	4,104	1,0802
Подржао/ла бих даљи развој туризма у својој заједници.	4,315	1,0096
Подржавам развој туристичких иницијатива које су одрживе и добре за моју заједницу.	4,191	1,0722
Верујем да ће даљи развој туризма позитивно утицати на квалитет живота свих становника места у ком живим.	4,121	1,1310

Извор: Резултати истраживања

Чланови локалне заједнице показали су веома високо слагање када је у питању подршка развоју туризма. Они су показали позитивне ставове према следећим варијаблама које најбоље описују њихов став о подршци: „Подржао/ла бих даљи развој туризма у својој заједници“ (СВ=4,315; СД=1,0096); „Подржавам развој туристичких иницијатива које су одрживе и добре за моју заједницу“ (СВ=4,191; СД=1,0722); „Верујем да ће даљи развој туризма позитивно утицати на квалитет живота свих становника места у ком живим“ (СВ=4,121; СД=1,1310).

Локално становништво показало је да је у одређеној мери привржено својој локалној заједници (Табела 31). Они су то показали кроз тврдње: „Веома сам везан/а за место у ком живим“ (СВ=3,641; СД=1,3109); „Осећам јаку припадност месту у ком живим“ (СВ=3,568; СД=1,3487); „Волим што живим баш у овој заједници“ (СВ=3,503; СД=1,3557); „Људи које познајем фаворизују нашу заједницу и њен туристички потенцијал над другим заједницама“ (СВ=3,208; СД=1,3122). Такође, испитаници су показали делимично слагање са варијаблама: „Живот у мојој заједници ми олакшава и омогућава многе ствари“ (СВ=2,903; СД=1,3026); „Сматрам да је живот у мојој заједници бољи него у другим заједницама“ (СВ=2,846; СД=1,2759). То значи да је локално становништво, иако привржено заједници, свесно да постоје одређени недостаци које заједница треба да елиминише.

Табела 31. Ставови локалног становништва о привржености заједници

Приврженост заједници	Средња вредност (СВ)	Стандардна девијација (СД)
Веома сам везан/а за место у ком живим.	3,641	1,3109
Осећам јаку припадност месту у ком живим.	3,568	1,3487
Волим што живим баш у овој заједници.	3,503	1,3557
Живот у мојој заједници осликава и мој начин живота.	3,099	1,3187
Живот у мојој заједници ми олакшава и омогућава многе ствари.	2,903	1,3026
Сматрам да је живот у мојој заједници бољи него у другим заједницама.	2,846	1,2759
Људи које познајем фаворизују нашу заједницу и њен туристички потенцијал над другим заједницама.	3,208	1,3122

Извор: Резултати истраживања

На основу високих средњих вредности и процентуалног слагања са димензијом, може се закључити да локално становништво регије Западна Србија има генерално позитиван став према развоју туризма у својој средини, чиме се **потврђује Х1**. Локално становништво је у највећој мери задовољно економским користима од развоја туризма, док је нешто мање задовољно друштвеним користима и користима по животну средину. Такође, локално становништво показује веома високо слагање када је у питању подршка развоју туризма. Са друге стране, локално становништво је, иако привржено заједници, свесно да постоје одређени недостаци које заједница треба да елиминише.

Ставови локалног становништва о подршци развоју спорог туризма

Поред користи од развоја туризма, желела се испитати и жеља локалног становништва да се укључи у развој спорог туризма и спроводи га сходно својим могућностима (Табела 32).

Табела 32. Ставови локалног становништва о подршци развоју спорог туризма и њиховој жељи за укључивањем

Подршка развоја спорог туризма	Средња вредности (СВ)	Стандардна девијација (СД)
	3,8547	1,01671
Пружио/ла бих посетиоцима услугу туристичког вођења кроз мој крај уколико изразе жељу.	3,838	1,2632
Успоставио/ла бих пословни однос са представницима туризма у мом месту.	3,763	1,2433
Укључио/ла бих се у писање брошуре (туристичког водича) кроз мој крај уколико би постојала иницијатива.	3,546	1,3895
Представљао/ла бих туристички потенцијал мог краја на друштвеним мрежама.	3,799	1,3295
Похађао/ла бих обуке (семинаре, тренинге) како бих био/ла у могућности да допринесем развоју туризма.	3,534	1,4260
Радо бих ступио/ла у контакт са посетиоцима који посете моје место.	3,957	1,1806
Пружио/ла бих све потребне информације посетиоцима.	4,254	1,0722
Представио/ла бих посетиоцима културу мог краја.	4,194	1,0864
Укључио/ла бих се у развој туризма уколико би добио/ла помоћ од локалних власти.	3,852	1,2863
Укључио/ла бих се у пројекат туристичког представљања мог краја.	3,830	1,2738
Волео/ла бих да се укључим у развој туризма свог места кроз продају производа локалне радиности (храна, пиће, сувенири...).	3,593	1,3820
Прихватио/ла бих сарадњу локалних представника туризма да представим кулинарску понуду мог краја (дегустација хране, припрема оброка за организоване туре и сл.).	3,562	1,4109
Упознао/ла бих посетиоце са рутама (путевима) које су мање познате и на прави начин представљају мој крај.	3,950	1,1864
Пружио/ла бих информације посетиоцима и упознао/ла их са локалним превозом на дестинацији.	4,018	1,1918
Предложио/ла бих посетиоцима да током боравка на дестинацији више користе бицикл, шетњу, електрично возило или неко друго еколошки прихватљиво превозно средство.	4,130	1,1752

Извор: Резултати истраживања

Локално становништво показало је висок степен слагања са варијаблама које се односе на пружање информација посетиоцима, које подразумевају представљање културе њиховог краја као и давање информација о локалном превозу у заједници. Високо слагање представљено је следећим варијаблама: „Пружио/ла бих све потребне

информације посетиоцима“ (СВ=4,254; СД=1,0722); „Представио/ла бих посетиоцима културу мог краја“ (СВ=4,194; СД=1,0864); „Пружио/ла бих информације посетиоцима и упознао/ла их са локалним превозом на дестинацији“ (СВ=4,018; СД=1,1918); „Предложио/ла бих посетиоцима да током боравка на дестинацији више користе бицикл, шетњу, електрично возило или неко друго еколошки прихватљиво превозно средство“ (СВ=4,130; СД=1,1752).

Својим ставовима локално становништво показује и да је у великој мери спремно да ступи у контакт са посетиоцима (СВ=3,957; СД=1,1806), пружи посетиоцима услугу туристичког вођења кроз крај, уколико изразе жељу (СВ=3,838; СД=1,2632), као и да упозна посетиоце са рутама (путевима) које су мање познате и на прави начин представљају њихов крај (СВ=3,950; СД=1,1864). Резултати истраживања су позитивни у овом смислу јер је доказано да локално становништво боље перцепира развој и утицај туризма у ситуацијама када је више у прилици да разговара са посетиоцима и на тај начин смањује потенцијалне културолошке и менталне разлике (Brougham & Butler, 1981).

Позитиван став становништва огледа се и у жељи да сарађују са локалним властима, уколико би за то било прилике: „Укључио/ла бих се у развој туризма уколико бих добио/ла помоћ од локалних власти“ (СВ=3,852; СД=1,2863); „Укључио/ла бих се у пројекат туристичког представљања мог краја“ (СВ=3,830; СД= 1,2738). Овај податак говори у прилог томе да локална власт и људи који се баве управљањем туризмом треба да поведу више рачуна о локалном становништву које има жељу да се на неки начин укључи у развој туризма у својој заједници, како би на тај начин допринели и себи и заједници, на обострану корист.

Из резултата истраживања може се закључити да локално становништво има генерално позитиван стан према пружању подршке развоју спорог туризма у дестинацији. Најнижа средња вредност најближа је оцени 3,5, док је највиша средња вредност најближа оцени 4,3. На основу тога можемо закључити да су вредности у дефинисаним факторима релативно високе, чиме је **потврђена хипотеза Х7 – Локално становништво показује жељу да се укључи у развој спорог туризма.**

Ставови локалног становништва о одговарајућој улози локалне заједнице

Ранија истраживања (Cooke, 1982) су показала да од нивоа учешћа локалног становништва у доношењу одлука о туристичком развоју на нивоу дестинације директно зависи однос према туристичком развоју и подршка истом. У овом истраживању желели смо да испитамо какав је став локалног становништва о улози који локална заједница треба да има у развоју туризма (Табела 33).

Табела 33. Ставови локалног становништва о одговарајућој улози локалне заједнице у развоју туризма

Улога локалне заједнице	Средња вредност (СВ)	Стандардна девијација (СД)
Локално становништво би требало да заузима већинску улогу предузетника и радника у туризму у заједници.	4,138	1,0547
Локално становништво би требало да буде укључено у доношење одлука о туризму на нивоу заједнице.	4,264	1,0036
Локално становништво би требало да присуствује семинарима и конференцијама на тему туризма.	4,069	1,0907
Локално становништво би требало активно да учествује и допринесе у истраживањима на тему туризма.	4,150	1,0928

Извор: Резултати истраживања

Из приказаних резултата јасно се може закључити да локално становништво сматра да треба да буде укључено у доношење одлука о туризму на нивоу заједнице (СВ=4,264; СД=1,0036) као и да би требало активно да учествује и допринесе у истраживањима на тему туризма (СВ=4,150; СД=1,0928). Све средње вредности имају високу оцену (преко 4), чиме је **потврђена хипотеза Х8 – Локално становништво сматра да треба да буде укључено у развој туризма Западне Србије.**

Велики број студија (Andereck et al., 2005; Draper et al., 2011; Styliadis & Terzidou, 2014; Vargas-Sánchez et al., 2015) доказао је да резиденти који су више укључени у доношење одлука, израду планова, стратегија и других докумената на локалном нивоу, у већој мери подржавају туристички развој и промене које настају услед тог деловања. Из наведеног, лако је закључити да је потребно укључити локално становништво Западне Србије у развој туризма на више нивоа.

7.1.5. Регресиона анализа

Регресиона анализа спроведена је са циљем да се испита однос између фактора који се односи на подршку развоју туризма (Ф2) и користи које локална заједница има од туризма (друштвене, користи по животну средину и економске користи (Ф1)). Такође, регресиона анализа спроведена је да испита утицај привржености локалног становништва заједници на перцепцију користи од туризма, као и утицај исте варијабле на тенденцију подршке развоју туризма. Регресиона анализа може истражити узрочну везу између зависних и независних варијабли и величину утицаја између варијабли. Вишеструка регресија казује колико добро одређени скуп променљивих предвиђа конкретан исход (Pallant, 2011).

Регресиона анализа одређује вредност вероватноће и стандардизовани коефицијент за сваку хипотезу у једном статистичком тесту. То значи да ће анализа дати две важне вредности за сваку хипотезу, ниво значајности и вредност предикције. Ипак, хипотеза се прихвата само ако је њена вероватноћа (Sig.) испод $p < 0,05$, у супротном, хипотеза се одбацује (Westfall & Young, 1993, стр.173). Анализа ће дати стандардизовани коефицијент без обзира на њихове вредности вероватноће који мора бити наведен ради прихватања или одбацивања хипотезе. Резултати спроведене анализе приказани су у Табели 34.

Независне варијабле које су биле укључене у регресиону анализу јесу друштвена корист, корист по животну средину и економска корист, а зависна варијабла је представљала подршку развоју туризма. Спроведена анализа показује да све три користи од развоја туризма могу да предвиде 39,1% критеријумске варијабле, односно подршке развоју туризма ($R^2 = 0,391$).

Табела 34. Статистички показатељи регресионе анализе

Независне варијабле	β	Значајност (p вредност)
Друштвена корист	0,255	0,000
Корист по животну средину	0,068	0,080
Економска корист	0,352	0,000

Извор: Резултати истраживања

Код Хипотезе 3а која је гласила: *Друштвене користи од развоја туризма позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма*, предикторска варијабла је била друштвене користи, док је критеријумска варијабла подршка развоју туризма. На основу стандардизованог бета коефицијента ($\beta=0,255$, $p = 0,00$) можемо рећи да друштвене користи предвиђају подршку развоја туризма у позитивном смеру, што би значило да са растом друштвених користи расте и подршка развоју туризма. Добијени резултати указују да је **Хипотеза 3а потврђена**.

Код Хипотезе 3б која гласи: *Користи по животну средину позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма*, не постоји значајан јединствен допринос предикцији зависне променљиве ($p = 0,080$). Стога се **хипотеза 3б одбацује**, што значи да користи по животну средину немају значајан утицај на подршку развоју туризму од стране локалног становништва.

Хипотеза 3в истиче да *Економске користи од развоја туризма позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма*. Подаци приказани у Табели 34 указују да је стандардизовани бета коефицијент позитиван ($\beta=0,352$, $p = 0,00$), што указује да што су веће економске користи од развоја туризма, локално становништво ће пружати већу подршку развоју туризма. Тиме је **Хипотеза 3в потврђена**.

Регресиона анализа коришћена је и како би се утврдио утицај између варијабли које се односе на приврженост заједници и перцепције користи од туризма, као и на тенденцију подршке развоју туризма. Зависне варијабле које су биле укључене у регресиону анализу јесу перцепције користи од туризма и подршка развоју туризма, а независна варијабла је представљала приврженост заједници. Спроведена анализа показује да приврженост заједници може да предвиди 48,8% модела, односно ($R^2 = 0,488$). На основу стандардизованог бета коефицијента ($\beta=0,699$, $p = 0,00$) можемо рећи да приврженост заједници позитивно утиче на перцепције користи од туризма које локално становништво има. То би значило да ће локално становништво које је у већој мери привржено заједници, у већој мери бити задовољно перцепцијом користи од туризма. Наведени резултати се слажу са претходним истраживањима (Adongo et al., 2017; Brida, Disenga & Osti, 2014; Campón-Cerro et al., 2017; Demirović et al., 2020; Gursoy & Rutherford, 2004; Lee, 2013). Такође, анализа показује да приврженост заједници може да предвиди 30,7% модела ($R^2 = 0,307$). С обзиром на стандардизовани бета коефицијент ($\beta=0,554$, $p = 0,00$) може се рећи да приврженост заједници може позитивно да утиче на

тенденцију локалног становништва да подржи развој туризма, што се подудара са ранијим истраживањима на ову тему (Campón-Cerro et al., 2017; Demirović et al., 2020; Nicholas et al., 2009).

7.1.6. Т-тест за независне узорке

Анализа т-теста за независне узорке (енгл. *Independent samples T-test*) се употребљава за поређење средње вредности неке непрекидне променљиве у две различите групе субјеката (Pallant, 2011). Циљ је да се утврди да ли постоји статистички значајна разлика у просечном резултату мерења неког обележја у две групе (Турјачанин и Чекрлија, 2006).

У овом истраживању, т-тест је употребљен како би се истражило да ли постоји статистички значајна разлика у ставовима локалног становништва према развоју туризма у односу на пол испитаника. Ставови о развоју туризма претходно урађеном експлораторном факторском анализом подељени су на 3 фактора: Ф1 - Користи од туризма, Ф2 - Подршка развоју туризма, Ф3 - Приврженост заједници. Резултати т-теста приказани су у Табели 35.

Табела 35. Резултати т-теста у односу на пол испитаника

	Пол	N	M	T	Sig.(2-tailed)
Ф1	Мушки	395	3,2684	-0,809	0,419
	Женски	450	3,3263		
Ф2	Мушки	395	4,0008	-1,982	0,048
	Женски	450	4,1274		
Ф3	Мушки	395	3,3277	1,909	0,057
	Женски	450	3,1870		

Напомена: t – вредност т-теста; Sig. (2-tailed) за $p \leq 0,05$;

Извор: Резултати истраживања

Из резултата приказаних у претходној табели може се приметити да се једино код Ф2 бележи статистички значајна разлика између средњих вредности ставова оба пола ($p=0,048$). Овај резултат наводи на закључак да је женски део испитаника оценио нешто вишим просечним оценама ставове у вези са подршком развоју туризма у својој заједници. Код остала два фактора не постоје статистички значајне разлике у ставовима испитаника, што говори да испитаници оба пола имају релативно сличан став према развоју туризма у својим заједницама. На основу добијених резултата може се

закључити да не постоје значајне статистичке разлике у ставовима локалног становништва о развоју туризма у њиховим заједницама у односу на пол испитаника, чиме је **оповргнута потхипотеза Х2а**, изузев у случају Ф2.

7.1.7. Једнофакторска анализа варијансе (ANOVA)

Године старости испитаника

Анализа резултата добијених помоћу једнофакторске анализе варијансе (енгл. *Analysis of variance - ANOVA*) употребљава се за поређење просечних резултата у три или више група. То значи да постоји само једна независна променљива (фактор) која је подељена на више нивоа или група, односно услова. Циљ је да се утврди да ли постоји статистички значајна разлика у просечном резултату мерења неког обележја у три или више група (Турјачанин и Чекрлија, 2006).

Табела 36. Анализа варијансе ANOVA у односу на године старости испитаника

	Године старости	N	M	F	Sig.
Ф1	Од 15 до 24 године	93	3,4262	0,869	0,517
	Од 25 до 34 године	237	3,3560		
	Од 35 до 44 године	238	3,1994		
	Од 45 до 54 године	155	3,2686		
	Од 55 до 64 године	83	3,3790		
	Од 65 до 74 године	30	3,2242		
	Од 75 до 84 године	9	3,1717		
Ф2	Од 15 до 24 године	93	4,1631	2,197	0,041
	Од 25 до 34 године	237	4,0844		
	Од 35 до 44 године	238	4,1345		
	Од 45 до 54 године	155	3,9860		
	Од 55 до 64 године	83	4,0622		
	Од 65 до 74 године	30	3,5444		
	Од 75 до 84 године	9	4,1296		
Ф3	Од 15 до 24 године	93	3,3257	1,839	0,089
	Од 25 до 34 године	237	3,2646		
	Од 35 до 44 године	238	3,1315		
	Од 45 до 54 године	155	3,1871		
	Од 55 до 64 године	83	3,5284		
	Од 65 до 74 године	30	3,3619		
	Од 75 до 84 године	9	3,6190		

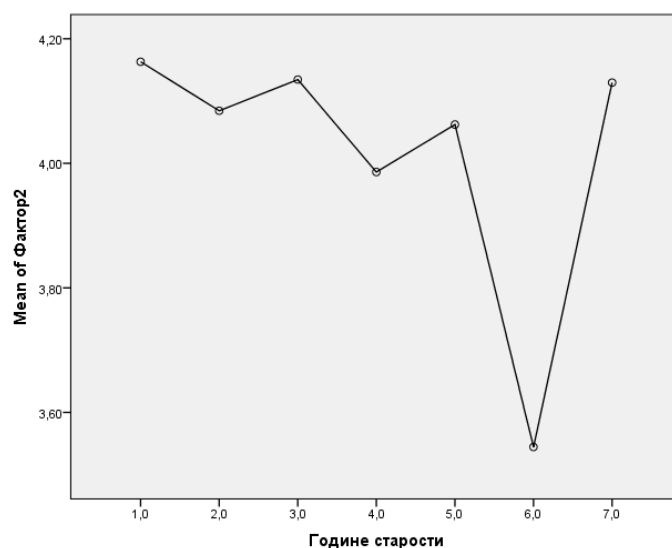
Напомена: Sig.– ниво статистичке значајности ($p < 0,05$); F – количник варијансе

Извор: Резултати истраживања

Једнофакторска анализа варијансе *ANOVA* теста, уз примену *LSD* теста (Табела 36), је примењена како би се идентификовале статистички значајне разлике у одговорима испитаника у зависности од њихових година старости у односу на факторе који се односе на развој туризма у заједници (Ф1-Ф3).

На основу претходне табеле може се приметити да се величина статистичке значајности мања или једнака од 0,05 бележи само код Ф2 ($p=0,041$), док се код друга два фактора не уочава статистички значајна разлика између средњих оцена ставова испитаника у односу на њихове године старости. Да би се добио увид између којих старосних група постоје значајне разлике, примењен је пост-хок *LSD* тест. Резултати овог теста, на нивоу значајности од $p<0,05$, указују да су највеће разлике у одговорима уочене између испитаника старосне категорије 65-74 године, у односу на све остале наведене старосне категорије, изузев категорије испитаника 75-84 године (Графикон 2).

График 2. Резултати пост-хок *LSD* теста (Извор: Резултати истраживања)



Резултати приказани на претходном графикону упућују на закључак да особе које припадају старосној категорији 65-74 године у најмањој мери показују да су спремни да пруже подршку развоју туризма у својој заједници. На основу добијених резултата може се закључити да не постоје значајне статистичке разлике у ставовима локалног становништва о развоју туризма у њиховим заједницама у односу на године старости испитаника, чиме је оповргнута потхипотеза **X26**, изузев у случају Ф2.

Место пребивалишта испитаника

У односу на место пребивалишта, испитаници су распоређени у три категорије: Мачвански, Колубарски и Златиборски округ. Како би се испитало да ли постоји статистички значајна разлика у погледу ставова локалног становништва према развоју туризма у њиховим заједницама, а у односу на њихово место пребивалишта, спроведена је такође једнофакторска анализа варијансе (Табела 37).

Табела 37. Анализа варијансе ANOVA у односу на место пребивалишта испитаника

	Пребивалиште	N	M	F	Sig.	LSD пост- хок тест
Ф1	1.Мачвански округ	113	3,5020	5,5556	0,004	1, 3 > 2
	2.Колубарски округ	148	3,0811			
	3.Златиборски округ	584	3,3152			
Ф2	1.Мачвански округ	113	4,1401	4,949	0,007	1, 3 > 2
	2.Колубарски округ	148	3,8525			
	3.Златиборски округ	584	4,1090			
Ф3	1.Мачвански округ	113	3,3540	12,544	0,000	1, 3 > 2
	2.Колубарски округ	148	2,8581			
	3.Златиборски округ	584	3,3332			

Напомена: Sig.– ниво статистичке значајности ($p < 0,05$); F – количник варијансе

Извор: Резултати истраживања

Резултати у Табели 37 показују да се величина статистичке значајности мања или једнака од 0,05 бележи код сва три фактора: Ф1 ($p=0,004$), Ф2 ($p=0,007$) и Ф3 ($p=0,000$). Сва три фактора показују изузетно велику статистичку значајност између средњих оцена испитаника. Помоћу пост-хок *LSD* теста добио се увид између којих група постоје значајне разлике у одговорима, на нивоу значајности од $p < 0,05$. Наиме, може се закључити да су испитаници из Колубарског округа показали нешто другачије и ниже средње оцене развоја туризма у својој заједници, у односу на испитанике из Мачванског и Колубарског округа. На основу резултата се може закључити да је потхипотеза **X2в** потврђена.

Занимање испитаника

Табела 38. Анализа варијансе ANOVA у односу на занимање испитаника

	Занимање испитаника	N	M	F	Sig.	LSD пост-хок тест
Ф1	1.Студент/киња	91	3,4446	3,451	0,016	1, 2 > 3
	2.Запослен/а	615	3,3307			
	3.Незапослен/а	87	3,0031			
	4.Пензионер/ка	52	3,1678			
Ф2	1.Студент/киња	91	4,1886	3,667	0,012	1, 2 > 4
	2.Запослен/а	615	4,0932			
	3.Незапослен/а	87	3,9866			
	4.Пензионер/ка	52	3,6987			
Ф3	1.Студент/киња	91	3,4207	3,099	0,026	1, 2, 4 > 3
	2.Запослен/а	615	3,2627			
	3.Незапослен/а	87	2,9573			
	4.Пензионер/ка	52	3,3352			

Напомена: Sig.– ниво статистичке значајности ($p < 0,05$); F – количник варијансе

Извор: Резултати истраживања

Добијени резултати показују да се величина статистичке значајности мања или једнака од 0,05 бележи код сва три фактора: Ф1 ($p=0,016$), Ф2 ($p=0,012$) и Ф3 ($p=0,026$). Највеће разлике уочене су између испитаника који су незапослени и оних који су у пензији. Наиме, испитаници који су студенти или су запослени показали су веће средње оцене према томе како гледају на развој туризма у својим заједницама, у сва три фактора. Из овога се може закључити да студенти и запослени испитаници имају бољу перцепцију користи коју њихова заједница има од туризма, пружају више подршке развоју туризма и у већој мери су привржени заједници него испитаници који нису запослени или су у пензији. На основу резултата, може се закључити да је потхипотеза **X2г потврђена**, тачније да се ставови локалног становништва према развоју туризма статистички значајно разликују у односу на занимање испитаника.

Месечни приходи испитаника

Посматрајући просечне месечне приходе испитаника и њихове ставове о развоју туризма у њиховој заједници, на основу резултата се уочава да ни код једног фактора не постоји статистички значајна разлика мања или једнака од 0,05: $\Phi 1$ ($F=1,928$, $p=0,104$), $\Phi 2$ ($F=0,824$, $p=0,510$), $\Phi 3$ ($F=2,168$, $p=0,071$). Може се закључити да је потхипотеза **X2** **оповргнута**, јер се ставови локалног становништва према развоју туризма не разликују значајно у односу на висину њихових просечних месечних примања.

Степен образовања испитаника

Табела 39. Анализа варијансе ANOVA у односу на место степен образовања испитаника

	Степен образовања	N	M	F	Sig.	LSD пост- хок тест
Φ1	1.Основна школа	16	3,6193	0,646	0,585	/
	2.Средња школа	283	3,2618			
	3.Виша школа/факултет	421	3,3086			
	4.Мастер/ докторске студије	125	3,3113			
Φ2	1.Основна школа	16	3,8021	3,090	0,026	2 < 3, 4
	2.Средња школа	283	3,9605			
	3.Виша школа/факултет	421	4,1053			
	4.Мастер/ докторске студије	125	4,2213			
Φ3	1.Основна школа	16	3,9107	3,063	0,027	1 > 2, 3, 4
	2.Средња школа	283	3,3276			
	3.Виша школа/факултет	421	3,1873			
	4.Мастер/ докторске студије	125	3,2194			

Напомена: Sig.– ниво статистичке значајности ($p < 0,05$); F – количник варијансе

Извор: Резултати истраживања

Резултати у Табели 39 показују да се величина статистичке значајности мања или једнака од 0,05 бележи код два од три фактора: $\Phi 2$ ($p=0,026$) и $\Phi 3$ ($p=0,027$). Оба фактора показују велику статистичку значајност између средњих оцена испитаника.

Помоћу пост-хок *LSD* теста добио се увид између којих образовних група постоје значајне разлике у одговорима, на нивоу значајности од $p < 0,05$. Добијени резултати показују да испитаници који имају завршену средњу школу, изражавају нижи степен слагања са ставовима који се односе на подршку развоју туризма (Ф2) него испитаници који имају завршену вишу школу, факултет или мастер/докторске студије. Са друге стране, посматрајући ставове везане за приврженост заједници, примећује се другачија ситуација. Наиме, испитаници који имају завршену основну школу показују већу приврженост заједници од свих осталих наведених категорија образовања испитаника. С обзиром да се код два од три фактора уочава значајна статистичка разлика на нивоу значајности мањем или једнаком од 0,05, **потхипотеза Х2ђ се потврђује**.

7.2. Приказ резултата истраживања – носиоци туристичке понуде

У истраживању које се односи на потенцијал, могућност и жељу да примене концепт спорог туризма међу носиоцима туристичке понуде Западне Србије, учествовало је 25 испитаника оба пола, од чега девет жена и 16 мушкараца, различитих година. Најмлађи испитаник имао је 24 године, а најстарији 73 године. Упитник је намењен директним пружаоцима услуга у руралном туризму (власницима, њиховим породицама и запосленима).

Ово поглавље представља анализу података и садржи три сегмента која представљају три контролна питања по којима је истраживање спроведено. Први део анализира познавање концепта спорог туризма и потенцијал за његову примену. У другом делу се разматрају могућности за примену овог концепта посматрајући тренутно стање међу испитаним носиоцима туристичке понуде и њиховим капацитетима. Такође, анализира се одрживост туристичких капацитета, док је у трећем сегменту фокус на жељи за прикључивањем спором туризму и стварањем јединственог туристичког производа.

7.2.1. Разумевање концепта спорог туризма и потенцијал дестинације

Број испитаника који је чуо за термин „спори туризам“ пре него што су учествовали у истраживању, био је трећина испитаника (32%). Учесници који су чули за

овај термин су углавном млади људи, између 24 и 46 година, факултетски су образовани те су за овај термин чули током студија.

„Дефиниција каже да се ради о концепту пасивног туризма са циљем да се што боље упозна локална заједница и начин живота у истој. Сажето, ради се о саживљавању са свим обележјима једне територије, простора...“ (И25, год. 28)

„То је туризам на 'дуге стазе', тако ја то схватам.“ (И11, год. 26)

Мали број испитаника био је веома добро упознат са термином спорог туризма као и са примерима добре праксе из света, где се овај вид туризма упражњава.

„Недавно смо били у Италији и искусили смо управо спори туризам у Тоскани. Одушевљени смо очувањем и бригом о дестинацијама како би дестинација остала то што јесте.“ (И1, год. 46)

Осим младих људи, изузетак чини испитаник који је стар 73 године и који је у највећој мери упознат са концептом спорог туризма и годинама га примењује кроз своје пословање. Такође, не само да је добро упознат са термином, већ је велики поборник покрета и добитник премије споре хране (Marino, 2001).

„Ми фокус стављамо на припрему хране од аутохтоних биљака и животиња. Спори туризам је једна велика порука после пандемије да човек мора под хитно да се прерачуна и успори живот, не само у туризму него у свим активностима... Ми смо заговорници спорог туризма и туристе који журе често и не угошћавамо.“ (И9, год. 73).

Поједини учесници, који су упознати са термином, нису били сигурни у његово тачно значење и настанак.

„За наведени концепт сам чуо, али искрено не знам шта тачно представља.“ (И21, год. 29)

„Чула сам за покрет спорог туризма, али не знам ништа детаљније о коренима покрета и настанку.“ (И6, год. 29)

Недостатак претходног знања о термину спори туризам сматран је изазовом на почетку истраживања, али се показало да је то користило истраживању. Тако су поједини испитаници након објашњења концепта дошли до закључка да је то управо вид туризма којим се они баве, без обзира што га тако не називају.

„Нисам чула за тај концепт, иако се та врста туризма упражњава. До сада нисам ни знала да постоји термин којим је дефинисана таква врста путовања.“ (И3, год. 31)

„Ми смо пример спорог туризма. Наш однос са гостима је непосредан и директан, они седе са нама за столом. Наше пословање се никада не своди само на 'предају кључева' гостима.“ (И1, год. 46)

„Иако нисам чуо за спори туризам, желео сам и радим тако да људе 'успорим' и вратим их правим и старим условима живота. Ви то зовете спорим туризмом, а моја идеја је да 'зауставим' Србију у 19. веку, те стога моје домаћинство осликава такву причу живота из 19. века где су људи живели спорије, спокојније, мирније...“ (И4, год. 62)

„Управо ово чиме се ми бавимо јесте спори туризам, али ми га не називамо тако.“ (И17, год. 65)

Премда више од половине испитаника није раније чуло за концепт спорог туризма, постављено им је питање са којим другим обликом туризма би повезали спори туризам, тачније на који облик туризма их асоцира. Готово сви испитаници повезују спори туризам углавном са **сеоским или руралним туризмом**. Испитаници у највећем броју случајева поистовећују сеоски и рурални туризам, мислећи на исти вид туризма.

Ове врсте туризма или њихове повезане активности су се појављивале у скоро свим интервјуима са представницима понуде и биле су прве асоцијације када се спомене спори туризам.

„Спори туризам ме највише асоцира на сеоски туризам, који је заступљен и на подручју где се и наш објект налази. Туристи који бирају сеоски туризам, углавном долазе у село да би се склонили од свакодневнице, гужве, саобраћаја и генерално брзог живота који захтева град.“ (И3, год. 31)

„Повезао бих спори туризам искључиво са руралним туризмом“ (И1, год. 46).

„Рурални туризам је нешто што је на први поглед компатибилно са појмом спорог туризма. Претпостављам да је рурални туризам више окренут релаксацији и интимнијем контакту са домаћином.“ (И25, год. 28)

Неколико испитаника навело је **еко-туризам** као главну асоцијацију на спори туризам, што се слаже са тврдњом појединих аутора да је спори туризам уско повезан са одрживим и еко-туризмом (Wearing, Wearing & McDonald, 2012; Murayama & Parker, 2012; Dodds, 2012).

„Када сам размишљао о спором туризму, прве асоцијације су ми биле на еко-туризам и агро-туризам о којима сам слушао на стручним семинарима.“ (И2, год. 27)

„Спори туризам ме веома подсећа на еко-туризам, у коме се води рачуна о животној средини и где су људи посвећени природи.“ (И12, год. 33)

„Ја бих то назвао 'самоодрживи' вид туризма.“ (И23, год.43)

„Еко-туризам је опција која асоцира на спори туризам, у контексту односа према средини у којој се борави и чвршћим повезивањем са одређеном територијом.“ (И25, год. 28)

Након упознавања са темом и концептом спорог туризма, сви испитаници су се изјаснили да сматрају да њихова дестинација, као и цела Западна Србија, поседују **потенцијал за развој овог вида туризма.**

„Ми имамо великих потенцијала за развој тог туризма.“ (И6, год. 29)

„Западна Србија је део наше земље са великим туристичким потенцијалом. Мислим да ће спори туризам тек да буде у експанзији, будући да људи све више имају потребу за миром и одмором у правом смислу те речи.“ (И3, год. 31)

„Западна Србија има велики потенцијал, али треба подстаћи младе људе да се баве сеоским туризмом и да се враћају на село.“ (И10, год. 50)

Иако до сада нису били упознати са концептом спорог туризма, испитаници, као део туристичке понуде Западне Србије, показују да разумеју и увиђају потенцијал својих дестинација за развој овог вида туризма.

Како је разумевање мотивације и ставова туриста кључно за одрживи развој туризма (Chen & Chen, 2015; Prayag & Hosany, 2014; Pereira & Gosling, 2019), било је битно приказати које су то кључне туристичке вредности Западне Србије, према мишљењу испитаника. Оно што туристе привлачи у највећој мери у сеоска туристичка домаћинства, али и у Западну Србију, јесу, по речима испитаника, мир и природа.

„Наш највећи потенцијал је здраво окружење и положај између брда и равнице.“ (И4, год. 62)

„Истиче нас мир, природа, близина планине као и издвојеност од урбаних средина.“ (И7, год. 40)

„Туристи долазе да би побегли од свакодневнице и из урбаних средина, како би уживали у незагађеној околини.“ (И8, год. 53)

„Често нам страни гости кажу: Ручали смо са погледом од милион долара.“ (И9, год. 73)

Затим, испитаници наводе да предности као што су **боравак деце у природи** и боравак у окружењу са домаћим животињама, туристима такође представљају велики мотив да посете многа домаћинства.

„Онај ко жели стварно да се одмори и да ужива у пространству са децом, међу домаћим животињама, тај бира нас. Предност представља то што деца могу слободно да се играју, а то је оно што немају у градовима.“ (И13, год. 36)

„Гости нам се годинама враћају, цене природу посебно због простора и слободе за децу.“ (И6, год. 29)

Западну Србију као дестинацију истиче и **велики број природних и културних вредности на малом простору као и аутентичност објеката.**

„У нашој општини постоји чак пет манастира и 17 цркава, тако да туристи могу и духовно и телесно да задовоље сва своја чула и да им седам дана буде мало да обиђу и виде овако богат садржај на малом простору.“ (И4, год. 62)

„Велику предност чини близина бројних природних и културних атракција у окружењу. Сви ми имамо огромне потенцијале, само то треба неко да покрене и искористи.“ (И24, год. 61)

„Готово да нема сегмента који није компатибилан са захтевима савременог туристе, а посебна погодност је што све имате на територијално малој дестинацији.“ (И25, год. 28).

„Наша мисија огледа се у томе да разбијемо досаду туристима. Савремени туристи су се доста променили, жељни су знања и прича о томе где су дошли и желе да добро упознају средину.“ (И9, год 73)

„Наше село је врло аутентично, као да је 'замрзнуто' у прошлом времену. Све брвнаре и помоћни објекти стари су преко 140 година и остали су онакви какви су били. Туристима је то јако интересантно, привлачи их јединственост и аутентичност.“ (И17, год. 65)

Наведене кључне вредности у складу су са истраживањем (Bratić, 2021) које показује да су два најчешћа мотива за посету руралним подручјима у Србији провођење слободног времена у природи (мотив заснован на природи) и упознавање нове културе и нових људи (мотив заснован на култури).

Конзумирање хране која је специфична за место у ком туристи бораве, као и повезивање са локалном културом и локалним становништвом, представља веома битну карактеристику спорог туризам (Miele, 2008; Dickinson & Lumsdon, 2010). Ову тврдњу

својим одговорима потврђују испитаници који наводе да је **локална гастрономија** оно по чему су домаћинства у Западној Србији препознатљива и да је то нешто што у великој мери привлачи туристе.

„Туристе највише привлаче традиционална јела са нашег подручја, и ми се трудимо да спремамо традиционалну храну.“ (И16, год 45)

„Једна од кључних вредности је гастрономија, која је аутентична. Све спремамо по рецепту наших бака.“ (И5, год. 24)

„Туристи јако воле што је код нас све богато – велике порције и богато послужење, као и што је храна спремљена на аутентичан начин која представља наш крај.“ (И2, год. 27)

Гостопримство као и блискост домаћина са гостима, изузетно су важни код туриста, који се најчешће враћају поново у домаћинства са оваквим приступом.

„Ми нудимо аутентичност и гостопримство које није 'сирово' .“ (И1, год. 46)

„Наши гости цене што се код нас осећају као код куће. Многим нашим гостима, који се годинама изнова враћају, деца су одрасла уз нас и сви се осећају као део породице.“ (И6, год. 29)

„Сви наши гости осете топлину и добродошлицу као да су код своје куће – то је циљ.“ (И11, год 26)

Туристи који посећују рурална подручја, поред „љубитеља природе“ могу се сврстати у групу „љубитељи културе“. Наиме, ова група туриста су путници чији мотиви су најчешће у вези са учењем нових ствари, упознавањем нових култура, људи и активним одмором. Они свој одмор воле да проведу у локалном смештају, дегустирајући традиционалну домаћу храну и зближавајући се са мештанима (Bratić, 2021).

Након што су испитаници истакли кључне вредности, постављено је питање о **одрживости дестинације**, премда препоручена дефиниција спорог туризма у руралној дестинацији наглашава значај еколошке одрживости дестинације (Noor et al., 2015). Испитаници су упитани о нивоу загађења од саобраћаја и уопштено, доступној пијаћој води и слично. Од укупно 25 испитаника чак 19 њих сматра да су њихове дестинације изузетно одрживе. Сви они у први план истичу постојање и богатство **изворске воде**.

„Постоје хајкинг туре које воде поред доста извора воде и то је веома интересантно туристима.“ (И21, год. 29)

„Наша околина је незагађена, вода је веома квалитетна, а и сам саобраћај је сведен на минимум.“ (И8, год. 53)

„Дестинација је незагађена, саобраћаја у близини нема толико да ја осетим када прође само један ауто на путу; вода је изворска са 1.400 m надморске висине.“ (И20, год. 55)

Са друге стране, неки од испитаника истакли су забринутост за будућност и све већи ниво загађења.

„Због све већег развоја туризма у Србији и број посета туристичких дестинација на годишњем нивоу се драстично повећава. Како су места смештена на језерима увек атрактивна за посетиоце, велики број људи током сезоне проведе одмор код нас и у околини, самим тим фактори загађења се повећавају. Али нису увек туристи ти који не воде рачуна када је животна средина у питању. Када проведете доста времена у једном месту, видите да поједини мештани такође загађују природу у којој живе. Загађеност тако све више расте јер, нажалост, свест о екологији у нашој земљи није на завидном нивоу. Главни медији, који имају највише утицаја на нашу популацију, не баве се у довољној мери овим проблемом како би скренули пажњу јавности на загађење. Мислим да ћемо, уколико се небрига о животној средини настави овим темпом, кроз неколико година имати озбиљан проблем“ (И3, год. 31).

7.2.2. Опште карактеристике капацитета понуде

Како је наведено у ранијем делу дисертације, на основу критеријума о формирању спорог производа у оквиру пројекта „*Med Peals*“ формирана су питања која се односе на карактеристике смештаја у туристичкој понуди. Наведене ставке односе се на критеријуме и захтеве које треба испунити као услов за креирање производа спорог туризма. Технички лист са захтевима је класификован у различите одељке који представљају особине које би одговарале савршеном пакету спорог туризма. Ове секције су превоз, смештај, активности и храна.

За потребе овог истраживања, фокус је стављен на секцију смештаја и мали део на секцију исхране, с обзиром да су интервјуисани испитаници представљали део носилаца туристичке понуде Западне Србије. Да би се туристички капацитет могао сматрати спорим, мора испунити минимум обавезних услова, тачније препоручује се да капацитет испуњава минимално 40% захтева. На основу датих критеријума, аутори су формирали отворена питања како би дошли до детаљнијих сазнања о томе да ли се

карактеристике развоја туризма у њиховим домаћинствима уклапају у основе спорог туризма (Табела 40).

Табела 40. Карактеристике интервјуисаних сеоских туристичких домаћинстава

Питање	Број потврдних одговора	Процент (%)	Укупан број испитаника
Да ли је смештај дуго у власништву Ваше породице (породично предузеће)?	19	76	25
Да ли је Ваш смештај грађен у у аутентичном стилу (тип сеоске куће, колибе, викендице, камп, мали хотел...)?	23	92	25
Да ли је Ваш смештај окружен природним/руралним простором?	23	92	25
Да ли имате директан контакт са гостима (лична добродошлица, информисање о околини, предлагање атракција у окружењу...)?	22	88	25
Сматрате ли да Ваши гости имају прилику да у потпуности осете дестинацију, створе богато искуство, да се спријатеље са Вама као домаћином и са локалним становништвом?	22	88	25
Да ли су посетиоцима у заједничким просторијама или собама доступне брошуре, мапе и сл. које их могу информисати о подручју, атракцијама и другим корисним информацијама?	23	92	25
Да ли је Ваш смештај погодан за особе са ограниченим потребама?	9	36	25
Да ли бисте били у могућности да угостите туристе са посебним интересовањима (планинари, посматрачи птица, бициклисти...)?	23	92	25
Да ли користите локалне производе у припреми хране за госте?	21	84	25
Да ли имате остварену сарадњу са локалним добављачима и произвођачима (купујете ли локалне производе)?	22	88	25
Да ли организујете дегустацију хране за туристе или на неки други начин представљате своју гастрономску понуду посетиоцима који нису гости смештаја?	6	24	25

Извор: Израда аутора

С циљем да се створи детаљнија слика о стању развоја туризма са аспекта туристичке понуде, испитаницима су постављена два уводна питања. Прво питање односило се на то да ли сматрају да у њиховом месту има **довољно смештајних капацитета** за пријем туриста. Свега 32% (осам од 25) испитаника сматра да у њиховим дестинацијама има довољан број смештајних капацитета.

„У нашем окружењу има довољно капацитета и они се све више издају. Људи се све чешиће опредељују за бављење туризмом.“ (И13, год. 36)

„Смештајних капацитета има довољно и све их се више гради.“ (И22, год. 58)

Са друге стране, више од половине испитаника (68%) сматра да капацитета нема у довољној мери у односу на потражњу. Са све већим развојем туризма долази до повећане потребе за изградњом нових смештајних капацитета у дестинацијама, што води до даљег развоја туризма.

„Капацитета нема довољно, иако се константно гради, увек се тражи кревет више.“ (И21, год. 29)

„У односу на тражњу недостаје смештајних капацитета.“ (И7, год. 40)

„Нема довољно капацитета, често не можемо да постигнемо колика је потражња.“ (И10, год. 50)

„Нема довољно капацитета, увек се тражи лежај више. Са друге стране то подстиче људе да одлучују да се баве туризмом, тако да верујем да ће се стање променити.“ (И5, год. 24)

Насупрот томе, поједини испитаници плаше се за будућност опстанка села, па самим тим и развоја туризма у њиховим местима, услед одласка младих људи из руралних подручја. Локално становништво може у великој мери допринети добробити заједнице кроз учешће у планирању, развоју и проширењу гостопримства туристима (Ар, 1992). Према Кошић (Кошић, 2009), рурални видови туризма у Србији на различите начине доприносе ревитализацији села, кроз успоравање миграције ка граду и остајање младих на селу, повећавање производње и омогућавање бољег пласмана пољопривредних производа, предмета домаће радиности и производа старих заната, кроз пансионску и ванпансионску потрошњу. Стога је потребно континуирано радити на едукацији младих људи о бенефитима развоја туризма, како би се подстакла њихова жеља за бављењем туризмом и останком или повратком на село.

„Што се смештаја у селу тиче, капацитети су слаби. Други проблем је што углавном нема ко да ради, млади скоро никада не остају овде, а потребно је и новца да се посао започне.“ (И14, год. 54)

„Сигурно је да нема капацитета колика је потражња, а и за будућност нисмо сигурни. Млади махом одлазе у градове.“ (И17, год. 65)

Друго питање односило се на то да ли су њихова циљна група **домаћи или страни гости**, којих је више и да ли виде разлику у доживљају дестинације.

„Код нас циљна група не постоји. Политиком цена ми одређујемо ко може да дође и мислимо да смо ценеовник форморали тако да сви људи себи могу да приуште одмор у сеоском туризму.“ (И4, год. 62)

„На почетку смо имали визију да ће нам долазити само домаћи туристи, али се испоставило да је ово баш занимљиво за стране туристе који све више долазе. Имамо посетиоце из преко 30 земаља.“ (И18, год. 65)

„Домаћи гости долазе све чешће са децом и увек желе неке организоване туре са нама, све више расте потреба за активним одмором. Такође, страни туристи су баш активни, њима ништа не смета, посебно су одушевљени природом и нашим дочеком.“ (И1, год. 46)

„Туристи из наших већих градова као што су Београд и Нови Сад, понашају се као и страни туристи. За њих је ово такође откриће. Природа им је потпуно другачија од онога на шта су навикли, а домаћа храна их посебно одушевљава.“ (И4, год. 62)

„Код нас има подједнако и домаћих и страних туриста, али ми више волимо наше туристе јер је са њима лакша комуникација и остаје пријатељство за цео живот.“ (И9, год. 73)

„Страни туристи се више одушевљавају јер нису очекивали да у Србији постоји овако нешто.“ (И11, год. 26)

„Страни туристи су увек задовољни и много воле домаћинску атмосферу коју пружамо.“ (И13, год. 36)

„Међу туристима нема неке превелике разлике, сви се једнако одушеве, само што је страним туристима баш све занимљиво и свему се диве.“ (И20, год. 55)

„Страни туристи су и више него одушевљени и спријатеље се са нама јако брзо. Већ после прве добродошлице ми смо их освојили и њихов коментар је да им не треба ништа више, да је сам долазак фасцинантан и да им је природа довољна.“ (И23, год. 43)

Из одговора испитаника може се закључити да и страних и домаћих туриста има у једнакој мери, те да нема јасних назнака који туристи више посећују сеоска туристичка домаћинства Западне Србије. Страни туристи у нешто већој мери осећају дестинацију и више су одушевљени свим потенцијалима који се нуде. И страни и домаћи туристи подједнако су одушевљени природним потенцијалима, атмосфером и локалном гастрономијом у свим дестинацијама. Испитаници такође наводе да не постоји велика разлика у понашању и доживљају дестинације међу домаћим туристима из великих градова и међу страним туристима.

Након кратког увида у стање развоја туризма, уследила су питања везана за понуду коју домаћинства пружају својим гостима.

С обзиром да је за спори туризам веома важно да смештај буде у **руралном окружењу** и очуваној природи (Noor et al., 2015; Joffe et al., 2004), како би људи могли да имају спорији темпо и уживају у природи, позитиван је исход одговора, где се смештај 23 од 25 (92%) испитаника налази окружен природним и руралним простором.

Како је концепт спорог туризма релативно нов, још увек је тешко окарактерисати понуду на тржишту спорог туризма. Стога су у оквиру раније споменутог пројекта „*Med Pearls*“ формирали листу најчешће понављаних услуга од стране пружалаца услуга, који се јављају у спором туризму. Наиме, препорука је да се траже капацитети у којима су архитектура и декор интегрисани у околину, како би путник осетио да је „време заустављено“ и како би могао потпуно да ужива у детаљима. Препоручује се да то буду сеоска туристичка домаћинства, преноћишта, пансионерије, куће, кампови или хотели мањих капацитета. Велики број интервјуисаних испитаника (23 од 25), који представљају део туристичке понуде Западне Србије, послује у оквиру капацитета који су грађени у стилу простора у ком се налазе. У питању су углавном старе сеоске куће, дрвене брвнаре које одражавају живот у Србији из ранијих година или су то пак викендице које се уклапају у новији стил градње, али које су у складу са амбијентом окружења. Код великог броја испитаника **смештај је дуго у власништву** породице и то су често старе породичне куће које су обновљене и често су служиле као почетак и основа развоја туризма.

„Цело наше село је врло аутентично. Све куће брвнаре су од балвана. Сушаре за месо, штале и помоћни објекти, све је остало аутентично онако како је некада било. Ми смо почели да се бавимо туризмом у својој породичној кући која датира из 1836.

године. Када смо видели да се то људима допада, увидели смо шансу и искористили је.“ (И17, год. 65)

„Почели смо тако што смо реновирали стару кућу из 1947. године, која је цела у камену и дрвету, и у њој смо сачували доста старих ствари – креденце, кревете... Туристи који долазе углавном желе да бораве управо у тој старој кући, иако смо у међувремену направили и још једну нову.“ (И20, год. 55)

Појединим испитаницима **породична имања** била су ослонац да започну развој туризма и да направе смештајне капацитете који ће бити у складу са амбијентом.

„Ово је наша дедовина. Кренули смо од једне викендице, људи су почели да се интересују и ми смо се полако ширили. Ово су старе куће које су купљене временом по селу, премештене овде и преуређене за боравак гостију.“ (И13, год. 36)

„Наша брвнара је новија, али смо је правили на својој дедовини. Ми смо желели да буде у етно-стилу, у комбинацији дрво–камен и целокупан намештај од дрвета смо отац и ја лично правили да се уклапа у амбијент.“ (И21, год. 29)

Постоје и они који су видели шансу у туризму и одлучили да започну да се баве туризмом премда нису имали своју породичну земљу.

„Ми смо схватили да наш крај има свашта разноврсно да понуди и да ће тек да се развија у наредних 30 година па смо одлучили да купимо имање са старом кућом и помоћним објектима и да је преуредимо. Урадили смо то тако да је 70% старих објеката задржано у првобитном облику и преуредили смо их тако да представљају мале музеје старих заната.“ (И2, год. 27)

„Ми смо родом из овог краја, али никада нисмо имали своје имање. Одлучили смо да га купимо и да почнемо да правимо ово што је данас. Све смо сами породично правили мало по мало.“ (И5, год. 24)

Аутентичност је први пут повезана са туризмом 1973. године (MacCannell, 1973). Том приликом је наведено да постоје две димензије аутентичности. Прва димензија представља аутентичност која се види на први поглед (исценирана) и она представља први сусрет туриста са културом. Исти аутор сматра да је то вештачка аутентичност, обликована од стране локалног становништва да би привукла радознале туристе који су унапред имали стереотипне слике тог места. Друга димензија представља другу страну аутентичности (праву), која је мање видљива туристима на први поглед, и она отвара приступ “нетуристичком животу” локалног становништва. Поред наведене класификације аутентичности, а с обзиром да су **личан однос са гостима и**

гостопримство једна од веома битних сегмената која карактерише спори туризам (Caffyn, 2012), веома је битно како су испитаници описали свој однос са гостима. Готово сви испитаници имају директан и непосредан контакт са гостима.

„Ми се трудимо да свим гостима пружамо све као и гостима на крсној слави.“ (И4, год. 62)

„Наши гости су део наше породице и често воле са нама да беру лековито биље, разно воће или да са нама праве пекмезе и слатко па да понесу кући.“ (И6, год. 29)

„Наша добродошлица гостима је искрена и спонтана, кроз причу, није лажно наметнута јер тако треба. Ми са нашим гостима често идемо на организоване излете, правимо за њих радионице (нпр. да праве домаћи хлеб) и гости то јако воле. Наше умеће да туристима приближимо околину и испричамо причу о нечему, чини њихов дан незаборавним.“ (И9, год.73)

„Лична добродошлица је обавезна јер људи који живе на селу једноставно воле тај присан контакт са свима, па и са гостима наравно.“ (И12, год. 33)

„Ми смо поставили концепт да смо са свим нашим гостима пријатељи и гости то јако цене. Ми то не радимо из интереса него једноставно тако осећамо. Често гости желе да сами ложе ватру, постављају тањире, праве са нама ручак и сличне ствари. Кроз све те активности могу на прави начин да осете где су дошли.“ (И23, год. 43)

На питање да ли је у смештајним јединицама или заједничким просторијама доступан **промотивни материјал** у виду брошура и мапа на основу којих се туристи могу информисати о подручју, атракцијама и другим корисним информацијама, скоро сви испитаници су потврдно одговорили. Међутим, иако су испитаници обезбедили потребне материјале, многи сматрају да су промотивни материјали превазиђени услед развоја друштвених мрежа, те да их туристи слабо користе и када их имају.

„Брошуре су одавно превазиђене.“ (И10, год. 50)

„Брошуре и сличне материјале нам више нико од гостију не тражи, сада је све доступно на интернету и на друштвеним мрежама.“ (И18, год. 65)

„Поседујемо само своје брошуре, али не и оне које упућују на окружење. Лично упућујемо госте шта да посете уколико нас питају, али свесни смо да је у данашње време интернет главно средство комуникације и информисања.“ (И15, год. 56)

Ове изјаве јасно описују чињенично стање да су са развојем технологије, друштвене мреже постале веома важне (Miljković & Vožović, 2020). То доводи до тога

да традиционална пропаганда нема више исти ефекат као раније, јер на већину савремених потрошача утиче садржај друштвених мрежа (Peković, Zdravković & Pavlović, 2019).

Да је свест носилаца туристичке понуде Западне Србије о значају постојања могућности да се приме **особе са посебним потребама** веома ниска, сведочи то да само девет од 25 објеката може да угости особе са посебним потребама. Већина испитаника је рекла да нема обезбеђене прилазе, али уколико имају потребу, „импровизују“ како би омогућили приступ објекту. Са друге стране, туристи који имају **посебна интересовања** немају никаквих проблема са боравком и задржавањем у капацитетима у Западној Србији. Наиме, само два испитаника сматрају да би имала проблема да приме додатну опрему која је неопходна туристима који се баве планинарењем, хајкигом, посматрањем птица и сл.

Како би се испитало да ли је **услуга исхране**, која се најчешће нуди уз услуге смештаја, у складу са формирањем производа спорог туризма, испитаницима је постављено неколико питања о начину припреме хране, као и о намирницама које користе.

На основу одговора испитаника, дошло се до закључка да сеоска домаћинства у оквиру туристичке понуде Западне Србије послују на три начина:

1. Пружање услуге смештаја и одвојено услуге исхране која је независна од смештаја (ресторан);
2. Пружање услуге исхране само за госте који су у смештају;
3. Пружање услуге смештаја, без исхране.

Половина испитаника (48%) послује на први наведени начин, тј. својим гостима нуди услуге смештаја, док услуге исхране нуде независно. Са друге стране, 40% испитаника само својим гостима уз обезбеђен смештај нуди и могућност припреме оброка. Свега три испитаника, у својој понуди имају само смештај, без икакве могућности исхране. У том случају, испитаници су рекли да сарађују са оближњим ресторанима, уколико гости желе да им исхрана буде обезбеђена.

Без обзира на начин пословања, скоро сви испитаници храну **припремају на традиционалан начин** и при томе користе **локалне производе** из свог поднебља. Испитаници у великом броју случајева самостално узгајају бар један део производа који им је потребан и то углавном воће и поврће. Ретко се упуштају да имају заокружену производњу и да гаје и стоку за своје потребе, јер, како наводе, немају времена да све

постигну. Како је раније већ споменуто, традиционална исхрана је веома битна и испитаници су тога свесни и желе да себе и свој објекат презентују на најбољи начин.

„Ми се трудимо да спремамо традиционалну храну са нашег подручја. Када туристи дођу и пробају је, могу да доживе место из свих перспектива.“ (И16, год. 45)

„Туристи јако воле нашу домаћу храну. Када су већ овде, желе да пробају нешто из нашег краја.“ (И22, год. 58)

Такође, скоро сви испитаници наводе да имају **добру сарадњу са локалним добављачима** и да увек прво бирају да производе који им требају купе из своје околине, села или блиског окружења, пре него у већим трговинама. Испитаници имају високу свест о томе да је туризам потребан како за њихову, тако и да за добробит локалне заједнице.

„Ми инсистирамо да купујемо од мештана из окружења, јер не може нама да буде лепо ако је окружење сиромашно.“ (И24, год. 61)

Најчешће се одлучују за куповину млечних производа као што су млеко, јогурт, кајмак и сир. Међутим, проблеми се јављају када локално ставновништво од кога се производи купују не може да обезбеди довољне количине намирница или чак да одржи константан квалитет.

„Дешавају се проблеми када се ослонимо на куповину производа у селу, јер не могу увек да испоштују количине које су нама потребне и често квалитет није увек исти, што зна да буде јако незгодно.“ (И14, год. 54)

„Од локалних добављача највише узимамо домаћа јаја и рибу. Необично звучи, али нажалост, у близини, иако су села, нема веће фарме која би могла да нам редовно испоручује месо, тако да се ти производи углавном свде највише на ове две намирнице и повремено на печурке, поврће и воће.“ (И3, год. 31)

Носиоци понуде се ретко одлучују да организују **дегустацију хране** за туристе или на неки начин представљају своју гастрономску понуду посетиоцима који нису гости смештаја.

Свега шест испитаника рекло је да су некада организовали дегустације за туристе који нису њихови гости. То се углавном односило на сарадњу са одређеним фирмама које су желеле да промовишу неке своје производе, који су били у складу са вредностима објеката. Поједини испитаници који у својој понуди немају опцију ресторанског дела, повремено и уз договор организују ручкове за најављене мање групе гостију.

Одрживост туристичких капацитета

Одрживост се у литератури спомиње као једна од веома битних карактеристика спорог туризма (Valls et al., 2019; Serdane, 2017; Pécsek, 2014). Одрживост се односи како на управљање и заштиту животне средине, тако и на очување локалних ресурса и могућност развоја локалне заједнице (Di Clemente et al., 2015). Такође се дефинише као утицај туристичке делатности на локалну средину, привреду и друштво (Zago, 2011).

Циљ овог сегмента је био испитати у којој мери су капацитети туристичке понуде Западне Србије одрживи, тачније, ако нису, у којој мери имају жељу да раде на томе да поправе своје пословање у смислу одрживости.

Нажалост, према речима свих саговорника, дошло се до сазнања да нико од испитаника не поседује **признање или награду у погледу одрживости** и одговорног пословања.

„Таква награда не постоји на нивоу Србије, али сматрам да је наша општина заслужује јер је ниво свести о екологији веома висок.“ (И4, год. 62)

„У Србији недостају награде о одрживости, потребно је увести званичну еко-ознаку.“ (И9, год. 73)

„Нисмо упознати да код нас постоје сертификати о одрживости, стога их и немамо. Ми смо, генерално, још увек недовољно едуковани и неуки око таквих ствари.“ (И6, год. 29)

„Мислим да у Србији не постоји таква награда. За нас је најбоља награда када се гости врате.“ (И18, год. 65)

„Награде немамо, али се трудимо да радимо све у том смеру да једног тренутка добијемо такве сертификате и да то онда буде једна потпуно друга прича.“ (И24, год. 61)

Премда су испитаници навели да таква врста признања у Србији не постоји, били су упитани да ли би желели да конкуришу за **добијање еко-ознаке** уколико би постојала. Свега два испитаника навела су да не би желели да раде на добијању еко-ознаке, јер не виде потребу за тим.

„Наши пословни резултати доста говоре у прилог квалитета и немамо амбицију за неким еко-ознакама и наградама.“ (И16, год. 45)

„Награде немамо, нисмо ни размишљали о њима.“ (И15, год. 56)

Осталих 92% (23 од 25) испитаника желело би да ради на добијању еко-ознаке веома радо.

„Наравно да бисмо желели да имамо еко-ознаку. Кад би постојала могућност, одмах бисмо конкурисали и мислим да бисмо је и добили.“ (И4, год. 62)

„Наравно да бисмо конкурисали за добијање еко-ознаке, уколико би постојала и уколико бисмо могли да испунио захтеве.“ (И12, год. 33)

„Наше домаћинство је покренуло сопствени еколошки покрет који постоји већ 20 година. Заштита животне средине је део културе живљења и резултат је улагања у ту културу. Потребно је да се више учи о екологији.“ (И9, год. 73)

„Јако је важно да не буде компликовано добити сертификате, односно да услови, поступци и захтеви за добијање буду прилагођени обичном човеку из народа који се бави туризмом. Потребно је истражити тржиште и нагласити доприносе и бенефите које ће домаћинства имати.“ (И6, год. 29)

Испитаници, као представници понуде, навели су да воде рачуна о **уштеди електричне енергије**, док на **потрошњу воде** не обраћају толико пажње.

„Дефинисана политика одрживости огледа се кроз смањење потрошње енергената (панели за грејање воде, коришћење гаса у кухињи и за грејање), смањење потрошње електричне енергије кроз сензорске системе... На потрошњу воде не пазимо, али на уштеди енергије радимо константно. Воду само догревамо кроз соларне панеле и гасни котло.“ (И25, год. 28)

„Што се тиче уштеде електричне енергије, у цео објект смо поставили лед сијалице како бисмо бар мало смањили потрошњу.“ (И5, год. 24)

„Водимо рачуна о уштеди енергије и потрошњи воде, редовно контролишемо потрошњу, али ипак не спроводимо неке озбиљније мере као што су, на пример, ограничена потрошња топле воде у купатилима.“ (И3, год. 31)

„Не пазимо на уштеду, посебно не воде, јер је изворска.“ (И2, год. 27)

Са друге стране, охрабрујуће је да је велики број испитаника изразио жељу да угради **соларне панеле** уколико би постојао неки вид субвенције или помоћи.

„Има јако мало соларних панела у окружењу, а то би била добра солуција. У плану нам је да нам техничка вода буде прикључена на панеле због уштеде у будућности.“ (И4, год. 62)

„Соларне панеле бисмо одмах купили, уколико би држава обезбедила некакву помоћ.“ (И11, год. 26)

„Соларне плоче би биле идеално решење за све нас.“ (И14, год. 54)

„У блиској будућности планирамо да поставимо соларне плоче. Олакшало би нам уколико би постојале субвенције.“ (И21, год. 29)

На питање да ли **рециклирају отпад** из својих домаћинстава, само два испитаника одговорила су позитивно. Испитаници су као главни разлог навели непостојање могућности да се рециклажа спроведе, било да живе у малим селима или пак великим местима.

„Оно што може да се рециклира (уље, хлеб, коре од јаја) дајемо људима који рециклирају.“ (И25, год. 28)

„Самостално рециклирамо свој отпад. Сматрам да код нас у земљи тренутно нема будућности за рециклажу јер се често људима не исплати да то раде.“ (И1, год. 46)

Остали испитаници не рециклирају отпад, јер немају могућности за то. Често не постоје услови за разврставање било какве врсте отпада.

„Не разврставамо отпад зато што не постоје еко-контејнери нити фабрика за рециклажу у близини.“ (И3, год. 31)

„Не рециклирамо јер не постоје контејнери за рециклажу и раздвајање отпада нигде у околини, а да то радимо самостално није исплативо.“ (И2, год. 27)

„Код нас рециклажа не постоји јер за то нема услова. Ми чак имамо проблема и са свакодневним стварима попут одношења смећа.“ (И9, год. 73)

„Рециклажа не постоји ни у каквом облику. Људи на селу немају свест о томе, често су јако кратковиди и не размишљају о будућности.“ (И23, год. 43)

„С обзиром да имамо доста стаклене амбалаже желимо да пробамо нешто да предузмемо по том питању. То планирамо да спроведемо у скорој будућности.“ (И24, год. 61)

Дестинације спорог туризма треба да буду територије које, поред одрживости места, треба да воде рачуна о квалитету живота локалне заједнице (Noor et al., 2015). Укљученост заједнице представља кључни фактор у развоју дестинације (Carpenter & Miller, 2011; Alshboul, 2016), у којима се посебно истиче предност образовања локалног становништва у погледу одрживости. Активно учешће и укљученост заједнице од суштинског је значаја за успешан развој производа туризма (Kim, Park, and Phandanouvong, 2014).

На питање да ли раде на свом личном и **усавршавању запослених да прихвате иновације** у сфери туризма, дошло се до податка да само шесторо испитаника (24%) нема жељу нити је похађало обуке те врсте. Испитаници наводе да су се углавном самостално едуковали. Међутим, и међу осталим испитаницима који су похађали разне семинаре, обуке и радионице често влада исто мишљење, а то је да су радионице често само теорија, која није примењива у пракси.

„Веома је битно да радионице постоје. Међутим, када су се правиле, нпр. стратегије развоја наше општине, долазили су бројни стручњаци који раде само у теорији и на крају није донето ниједно конкретно решење, иначе бисмо ми сада имали јасне смернице по којима бисмо радили. Често људи који одржавају радионице нису свесни реалног стања и немају слуха за нас који се бавимо туризмом у пракси.“ (И4, год. 62)

„Едукација не недостаје али старији људи, посебно у селима, не умеју да се укључе и не занима их то искрено. Некако би то требало приближити свим људима.“ (И6, год. 29)

„Ми смо прошли целу Србију посећујући бројне обуке које су организоване преко разних урдужења. Све оне су се односиле на развој туризма и упућивале нас на примере добре праксе. Искрено, одрживи туризам се све више спомиње, али сеоско становништво генерално нема свест о томе и то их не занима.“ (И20, год. 55)

„Похађали смо разне обуке, међутим то за нас није било пуно корисно, ипак је пракса најбитнија.“ (И10, год. 50)

„Раније је било разних обука организованих од стране Туристичке организације, али је у оквиру њих презентована углавном само теорија од које нисмо имали пуно користи. Сматрам да људима треба прићи на једноставнији начин.“ (И22, год. 58)

„Проблем се јавља код старије популације, односно родитеља, који не прихватају иновације. У том смислу чека се да настане обавеза од стране државе да нешто мора да се одради управо на тај начин, и тај ауторитет је једини који може да утиче на њих да прихвате усавршавање овог типа.“ (И25, год. 28)

Интервјуисани испитаници, који представљају део туристичке понуде Западне Србије, у великој мери (60%) **запошљавају локално становништво** на сталним или привременим, сезонским пословима, те тако подстичу развој локалних заједница. Друга половина испитаника (40%) која се изјаснила да не запошљава локално становништво,

једноставно нема потребе за додатном радном снагом јер се домаћинствима баве искључиво породично и немају потребе за другим запосленима.

7.2.3. Спремност за укључивање у развој спорог туризма

Промовисање промена у квалитету доживљаја дестинације који нуди аутентичност представља битан атрибут који истиче спори туризам (Valls et al., 2019). Искуство засновано на аутентичности повезује се са жељом да се свет упозна на другачији начин (Fullagar et al., 2012). Стога не чуди раст алтернативних облика туризма који истичу значај аутентичности, супротно традиционалном приступу доживљавања путовања кроз масовни туризам (Hernández-Mogollón, Duarte & Folgado-Fernández, 2018).

Посматрајући из те перспективе, интервјуисани испитаници, као носиоци туристичке понуде Западне Србије, апсолутно **подржавају аутентичност, желе да се представе на другачији начин** и сматрају да то и чине својим пословањем. Они се слажу да желе да пруже туристима место које нуди више релаксације и мирније искуство са више доживљаја и богатијег искуства.

„Ми се својом услугом већ представљамо на другачији начин од конкуренције и тако ће увек и остати“ (И1, год. 46).

„Желимо и мислимо да се разликујемо од већине управо кроз тај присан контакт са људима, пружамо им другачију услугу од стандардне каква се често добија“ (И12, год. 33).

На питање да ли сматрају да би **туристи били вољни да плате више новца за бољу и комплетнију услугу** која подразумева виши стандард смештаја, више садржаја, директни контакт са домаћином, туристичко вођење у оквиру дестинације и слично, испитаници су одговорили:

„Наш циљ јесте да не будемо угоститељски објект који ће гостима за новац само пружити одређену врсту услуге и на томе завршити. Желимо да гостима улепишамо одмор трудећи се да се они осећају што удобније и пријатније у амбијенту који нудимо. Наш циљ је да, осим добре услуге, створимо опуштену и пријатну атмосферу у коју ће се посетиоци радо враћати.“ (И3, год. 31)

„Туристи би сигурно платили више. Ми смо задовољни, али не ценимо и не наплаћујемо довољно свој рад, а требало би.“ (И6, год. 29)

„Туристи би сигурно платили више. Након короне људи су се окренули миру, селу и себи, тако да су финансије постале мање битне.“ (И7, год. 40)

„Треба пронаћи меру са ценама, не треба претеривати. Боље је имати више туриста али константно.“ (И9, год. 73)

„Туристи би били спремни да плате више и ми генерално мислимо да смо јефтини за оно што нудимо.“ (И10, год. 50)

„Није нам једини циљ да зарадимо, него да гости оду задовољни и да се врате.“ (И11, год. 26)

„Туристи су спремни да плате много више. Људи виде и осете да ми то радимо од срца.“ (И17, год. 65)

„Тешко је одговорити на ово питање. Онај туриста који дође код нас он не воли хотел и не воли гужву. Ми доста разговарамо са гостима, осетимо ко воли да разговара. И ми смо веома комуникативни па често постављамо питање зашто су одабрали баш нас. Углавном добијемо одговор јер су наши објекти аутентични, храна је домаћа и коментар свих гостију је – Да смо желели луксуз, ми бисмо остали у свом месту или отишли негде другде.“ (И18, год. 65)

„Наравно да су спремни да плате више, посебно страни туристи који често ни не питају за цену.“ (И21, год. 29)

„За услугу какву ми пружамо, туристи су спремни да плате много. Доста људи подржава то што радимо за њих кроз неке мале ствари које њима значе. Ми ништа не радимо из интереса, него једноставно тако осећамо, а људи осећају душу.“ (И23, год. 43)

На основу претходних искустава, испитаници верују да су туристи спремни да плате и вишу цену за искуство које им се нуди, Са друге стране, испитаници су ти који не одступају од својих цена премда су свесни својих потенцијала.

Данас, на туристичком тржишту конкурише велики број дестинација, поред већ познатих које посећује велики број туриста, константно се појављују нове и јасно је да се развојем туризма мора професионално управљати. Успешан развој туристичке дестинације је важан јер обезбеђује економски напредак, запосленост и приходе локалном становништву. Туристичке дестинације којима се успешно управља привлаче будуће инвеститоре, унапређују имиџ дестинације, а тиме и квалитет живота локалног

становништва. Развој туризма и последице развоја намећу потребу за усклађивањем активности свих актера који послују у туристичкој дестинацији што се једино може постићи уколико се дестинацијом ефикасно управља.

Уједињене регије, осим што представљају простор за изградњу конкурентности, препознате су и као кључне за сарадњу са европским фондовима. Примери европских регија, као што су Јужни Тирол, Тоскана, Каталонија, Прованса – Алпи – Азурна обала, којима се успешно управља у туризму, говоре у прилог нужности унапређења управљачког модела у туристичкој регији Западна Србија (Програм развоја туризма туристичке регије Западна Србија, 2021). Стварање јединственог туристичког производа може се спровести кроз умрежавање и едукације усмерене на подизање квалитета и конкурентности целокупне регије Западна Србија. Резултати истраживања показују да уколико би постојала иницијатива, сви испитаници **имали би жељу да се укључе у формирање јединственог туристичког производа** на нивоу дестинације, општине или региона.

„Желели бисмо да учествујемо, наравно. Свако послује за себе и стварно је штета што не постоји нека организација која би све објединила и у коју би се сви могли укључити.“ (И2, год. 27)

„Укључио бих се и то је једини циљ свега. Ја, као председник удружења предузетника у сеоском туризму, имам жељу да направимо кровну организацију сеоског туризма која би била спона са нашим министарством и давала им сугестије о стварним потребама на терену. Желимо да ускладимо теорију и праксу.“ (И4, год. 62)

„Наравно да бисмо желели да се укључимо, посебно у формирање јединственог туристичког производа. То је веома важно за промоцију.“ (И11, год. 26)

„Јако ми то интересантно звучи и укључили бисмо се сигурно. Могле би се организовати разне туре и шетње. Такође верујем да off road туре имају великог потенцијала у нашим крајевима.“ (И21, год. 29)

„Наш план је да се формира једна услуга, односно 'Златиборски доручак' – оброк из аутентичног менија и који ће бити у понуди свих ресторана. У том случају, страни туристи би имали прилику да у сваком ресторану добију исто јело, а то би уједно дало ноту аутохтоности нашег краја.“ (И25, год. 28)

„Наравно, али старији људи тешко могу то да изнесу, потребно је више младих.“ (И13, год. 36)

Иако до сада нису били у потпуности упознати са идејом и концептом спорог туризма, може се закључити да испитаници, као туристички представници Западне Србије, показују значајну усклађеност са вредностима спорог туризма. У Западној Србији појављују се елементи спорог туризма те се, кроз препознавање одређених карактеристика пословања, услуге и потенцијала, овај простор може сматрати погодним за развој овог вида туризма. Међутим, како у литератури не постоје конкретни фактори по којима би се ова тврдња могла верификовати, то представља ограничење јер не постоји могућности поређења са другим дестинацијама.

8. ДИСКУСИЈА

У овом поглављу ће бити представљени додатни коментари о резултатима истраживања. У истраживању теме докторске дисертације, пошло се од два општа задатка. Први задатак је био да се утврде ставови локалног становништва Западне Србије према развоју туризма у њиховим заједницама, као и да се испитају ставови о спремности да се подржи будући развој спорог туризма. Том истраживању се приступило кроз испитивање о перцепцији користи од туризма, тенденцији да се подрже туризам и спори туризам, као и степену привржености заједници. Такође, приступило се испитивању ставова локалног становништва о жељи да буде укључено у доношење одлука у вези са туризмом и спровођењем активности туризма.

Други задатак је имао за циљ да испита степен разумевања концепта спорог туризма међу представницима туристичке понуде Западне Србије, садашњи капацитет за развој спорог туризма, као и жељу за будућим укључивањем у развој спорог туризма. У том контексту, истраживање је спроведено међу делом представника туристичке понуде Западне Србије, како би се кроз анализу квалитативних података стекао утисак и добио одговор на задате хипотезе истраживања.

Реализујући постављене циљеве и задатке истраживања, уз примене утврђене научне методологије и коришћењем домаће и стране научне литературе, дошло се до опште хипотезе ове дисертације:

Локално становништво Западне Србије има позитиван став према општем развоју туризма. Локално становништво има тенденцију да подржи развој спорог туризма и жели да буде укључено у доношење одлука у вези са туризмом и спровођењем активности туризма. Носиоци туристичке понуде Западне Србије поседују потенцијале за развој спорог туризма и показују жељу да се укључе у његов развој у будућности.

На основу приказа резултата и прегледа литературе, значајно је резимирати карактеристике спорог туризма и могућности његове примене у остваривању конкурентске предности Србије као туристичке дестинације. Сходно циљевима докторске дисертације, дискусија ће бити представљена кроз две целине.

8.1. Ставови локалног становништва о развоју туризма у Западној Србији

Прегледом доступне литературе показало се да локално становништво представља суштински део туристичке дестинације, што чини да је неопходно стицање дубљег разумевања њихових ставова према развоју туризма, јер њихови позитивни ставови могу допринети успеху дестинације (Camprón-Cerro et al., 2017). Истраживање о ставовима становника о туризму једно је од најплоднијих области истраживања туризма, стога су бројни модели предложени као покушај мерења и предвиђања ставова становника о његовом развоју (McGehee & Andereck, 2004). Животни стил и навике локалног становништва могу утицати на континуирани развој туризма, производећи економске промене (Simpson, 2008), друштвене промене и промене животне средине (Lee, Kang, Long & Reisinger, 2010). Стога развој туризма, који је одржив за заједницу, може бити отежан без учешћа и подршке локалног становништва, који истовремено зависе од промена које туризам производи у заједницама (Nicholas et al., 2009; Morales, Agüera, López-Guzmán & Cuadra, 2018). У досадашњој литератури се наводи да разумевање ставова локалног становништва и њихових циљева треба узети у обзир пре свих активности планирања и развоја туризма у дестинацији (Adongo et al., 2017; Byrd, Bosley & Dronberger, 2009; Diedrich & García-Buades, 2009). То значи да дестинацијски менаџери и они који се баве планирањем туризма у дестинацијама, поред разумевања, треба да прате промене у ставовима локалног становништва и да разумеју факторе који утичу на њихове ставове према развоју туризма (Demirović et al., 2020; Gursoy et al., 2002). Дакле, они поред квалитетних локалних ресурса и услуга морају бити сигурни да се могу ослонити на пријатељски настројено и гостољубиво становништво које представља део самог туристичког производа и може да обезбеди успех или неуспех дестинације у погледу нивоа задовољства туриста (Camprón-Cerro et al., 2017). Мештани су сами за себе преносиоци културе, обичаја и традиције што је важно у руралним срединама, премда подршка локалне заједнице представља један од кључних фактора успеха туристичке привреде у свим областима, посебно у руралним (Davis & Morais, 2004). Поред руралних средина, аутори се слажу да је веза између локалног становништва и развоја туризма у заштићеним подручјима кључна за дугорочно очување ових подручја и побољшање одрживог туризма на дестинацијама (Allendorf et al., 2006; Holmes, 2013). Такође се наводи да су позитивни ставови локалног

становништва кључни показатељи успешности заштићених подручја у свим сферама (Struhsaker, Struhsaker & Siex, 2005).

С обзиром на значај и утицај које локално становништво може имати у развоју туризма, главна претпоставка у овом истраживању је била да локално становништво има генерално позитиван став према развоју туризма у својим заједницама. Резултати су показали да локално становништво има позитиван став према развоју туризма. Овакав став је доказан релативно високим средњим оценама сва три фактора издвојена експлораторном факторском анализом. Три фактора представљају ставове локалног становништва према перцепцији користи које туризам доноси заједници, тенденцију да подрже туризам и степену привржености заједници. Перцепција уочених користи од туризма односила се на друштвене користи које становништво може имати од развоја туризма, користи по животну средину и економске користи. Подршка развоју туризма имала је за циљ да испита тенденцију локалног становништва ка подршци развоју туризма кроз учествовање у разним активностима. Напоследку, приврженост заједници представља однос између локалног становништва и њихових заједница, што може да се огледа у позитивним, негативним или помешаним осећањима која доводе до веће или мање привржености заједници. Резултати добијени у овом истраживању су у складу са досадашњим истраживањима која су се бавила ставовима локалног становништва према развоју туризма. Тако, поједини аутори у свом истраживању наводе да је развој туризма у руралним срединама добро прихваћен од стране локалне заједнице (Jaafar, Bakri & Rasoolimanesh, 2015). Бранков и сарадници тврде да локално становништво углавном препознаје туризам као покретач развоја и има позитиван став према овој делатности (Brankov et al., 2015).

Локално становништво Западне Србије је задовољно свим користима које туризам пружа, али се може закључити да је у одређеној мери задовољније економским него друштвеним и користима по животну средину. То се може тумачити чињеницом да локално становништво које живи у земљама у развоју има тенденцију да придаје велики значај економским користима од развоја туризма (Iouell, 1998; Adong et al., 2017). Такође, резултати потврђују претходна истраживања која су показала да економски утицаји могу бити важнији (Abdollahzadeh & Sharifzaden, 2014; Hanafiah et al., 2013; McGehee & Andereck, 2004) од друштвене и еколошке компоненте. Поред позитивних ставова о користима развоја туризма, локално становништво Западне Србије показало је високу тенденцију да подржи развој туризма у будућности. Тако, становништво у

великој мери има тенденцију да подржи туристичке иницијативе које су одрживе и добре за заједницу. Велики део становништва верује да ће даљи развој туризма позитивно утицати на квалитет живота свих становника локалних заједница. То се може тумачити тиме да локалне заједнице којима је потребан економски развој спремно прихватају туризам (Ezeuduji & Rid, 2011; Smith & Krannich, 1998). Посматрајући у којој мери је локално становништво привржено својим заједницама, може се донети закључак да је становништво, иако привржено заједници, свесно да постоје одређени недостаци које заједница треба да елиминише. То указује да су становници Западне Србије веома везани и осећају јаку припадност местима у којима живе, свесни су и фаворизују туристичке потенцијале свог места, али наводе да су свесни да живот у њиховим заједницама није бољи него у другим заједницама.

Премда се у литератури може пронаћи доста истраживања на тему ставова локалног становништва, мало истраживања се бавило утицајем социодемографских карактеристика становништва на опште ставове о развоју туризма. У овом истраживању, дошло се до резултата да се код варијабли пол, године старости и месечна примања не могу уочити статистички значајне разлике у ставовима испитаника о развоју туризма. То указује да се ставови локалног становништва оба пола, различитих година старости и различитих месечних примања не разликују. Изузетак се може приметити само у два случаја код фактора који се односи на подршку развоју туризма. Наиме, женски део испитаника оценио је нешто вишим просечним оценама ставове у вези са подршком развоју туризма у својој заједници, док су особе које припадају старосној категорији између 65 и 74. године у најмањој мери показале да су спремне да пруже подршку развоју туризма. Резултати се слажу са ранијим налазима где је потврђено да нису уочене значајне разлике између полова (Brankov et al., 2015), али и са подацима да у неким истраживањима жене пружају већу подршку развоју туризма (Muresan et al., 2016). Такође, доказано је да старост нема никаквог утицаја на ставове локалног становништва о развоју туризма (Muresan et al., 2016). Са друге стране, резултати су показали да постоје значајне статистичке разлике у ставовима испитаника у односу на место пребивалишта у једном од три округа где је истраживање спроведено, као и у односу на занимање и степен образовања испитаника. Наиме, локално становништво Колубарског округа показује нижи степен оцене развоја туризма у односу на локално становништво из Мачванског и Колубарског округа. Локално становништво није свесно предности развоја туризма и нема високу перцепцију о развоју туризма у свом округу. Даље,

посматрајући занимање локалног становништва, највеће разлике уочене су између испитаника који су незапослени и оних који су у пензији. Наиме, испитаници који су студенти или су запослени, у већој мери имају позитиван став према развоју туризма у својим заједницама. То доводи до закључка да студенти и запослени испитаници имају бољу перцепцију користи коју њихова заједница има од туризма, пружају више подршке развоју туризма и у већој мери су привржени заједници него испитаници који нису запослени или су у пензији. Такође, разлика се може уочити код резултата који показују да испитаници који имају завршену средњу школу, изражавају нижи степен слагања са ставовима који се односе на подршку развоју туризма него испитаници који имају завршену вишу школу, факултет или мастер/докторске студије. Са друге стране, посматрајући ставове везане за приврженост заједници, примећује се другачија ситуација. Наиме, испитаници који имају завршену основну школу показују већу приврженост заједници од свих осталих наведених категорија образовања испитаника.

Поред истраживања ставова локалног становништва о развоју туризма, у литератури о туризму све чешће почињу да се објављују студије које имају за циљ да испитатају односе међу варијаблама као што су подршка развоју туризма, перцепција развоја туризма кроз уочене користи и привржености заједници (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2015; Nunkoo & Gursoy, 2012; Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Styliadis et al., 2014; Lee, 2013; Nicholas et al., 2009). С обзиром да се у литератури наводи да није довољно истражити само ставове, било је важно испитати повезаност између датих варијабли, као и утицај једне варијабле на другу. Првобитно је испитана повезаност између перцепције користи од туризма и тенденције да се подржи даљи развој туризма. Резултати су показали да перцепција користи од туризма показује позитивну корелацију са подршком коју заједница може дати развоју туризма. То указује да што је локално становништво више задовољно и свесно користи које добија развојем туризма, више ће бити спремно да подржи развој туризма. Иако су у овом раду истраживани само позитивни утицаји туризма, показало се да ће позитивна перцепција економских, друштвених и користи по животну средину довести до тенденције да подржавају туристички развој. Ови резултати су у складу са претходним истраживањима (Davis & Morais, 2004; Ko & Stewart, 2002; McGehee & Andreck, 2004; Nunkoo & Gursoy, 2012; Styliadis et al., 2014; Demirović et al., 2020; Campón-Cerro et al., 2017). То може да се тумачи тако да ако локално становништво има довољно информација о развоју туризма у својој заједници, те перципира утицај туризма као позитиван, онда ће спремно остварити

контакт са туристима и подржати развој туризма (Brida et al., 2014). Са друге стране, уколико се утицаји туризма перципирају као негативни, подршка изостаје (Gursoy et al., 2010; Nunkoo & Gursoy, 2012).

Било је битно, током истраживања, испитати да ли утицаји све три категорије уочених користи од туризма исто утичу на подршку туризму. Очекивано је било да економске користи имају највећи утицај на одлуку становништва да пружи подршку развоју туризма, до чега се и дошло у резултатима овог рада. Не чуде ни резултати да друштвене користи имају позитиван утицај који је нешто мањи од економских утицаја, док са друге стране, користи по животну средину немају никакав значајан утицај на став становника да подрже развој туризма. Ови резултати су у складу са студијом спроведеном у Кавали (Грчка) која такође указује на то да су економске користи имале најјачи, а еколошке користи најслабији утицај (Stylidis et al., 2014). Добијени резултати се могу објаснити потребом локалног становништва за економским користима туризма као покретачем и иницијатором бољег квалитета живота у заједници. Битно је нагласити да локално становништво можда нема довољно знања о животној средини и њеној заштити те зато не сматра да развој овог сегмента може утицати на њихову одлуку да подрже даљи развој туризма (Nyaurane & Thapa, 2006).

Даље, у овом раду је испитана повезаност између тога у којој мери је локално становништво привржено локалној заједници у којој живи и тенденције да пружи подршку развоју туризма и спорог туризма. Испитана је и повезаност између привржености заједници и перцепције користи од туризма. Резултати показују да приврженост заједници позитивно утиче на тенденцију локалног становништва да подржи развој туризма, што се подудара са ранијим истраживањима на ову тему (Campón-Cerro et al., 2017; Demirović et al., 2020; Nicholas et al., 2009; Adongo et al., 2017). То може значити да ће локално становништво Западне Србије које је у већој мери привржено својој заједници, у већој мери бити вољно да подржи развој туризма у својој дестинацији. Дакле, већи степен привржености за заједницу повећава мотивацију локалног становништва да активно учествује у доношењу одлука или за учешће у другим активностима које ће побољшати и унапредити развој како заједнице, тако и туризма. Позитивно повезана приврженост заједници и подршка развоју туризма може се тумачити тиме да што је неко приврженији свом окружењу, више ће подржавати развој туризма. Такође, ранија истраживања су показала да локално становништво које је привржено својој заједници пружа подршку развоју туризма у намери да сачува

аутентичност свог места (Adeniran & Akinlabi, 2011; Rasoolimanesh et al., 2015). Насупрот претходно наведеним ставовима, постоје и студије које наводе да локално становништво које исказује снажну приврженост заједници обично не жели да пружи подршку развоју туризма јер га перципирају као претњу месту где живе (Draper et al., 2011; Gursoy et al., 2002).

Резултати су показали да се у случају локалног становништва Западне Србије може рећи да приврженост заједници позитивно утиче на перцепције користи од туризма које локално становништво има. То указује да је становништво које је привржено подручју у ком живи свесно користи које туризам може донети, а такође и да приврженост за заједницу може имати позитиван ефекат на то како становништво посматра користи од туризма. Приврженије локално становништво биће свесније утицаја туризма и пажљивије ће размотрити како ће развој туризма донети корист месту у коме живе. Битно је нагласити важност овог позитивног односа варијабли, јер је овај однос вредан за стварање добрих односа између мештана и туриста, јер је пријатељска локална заједница привлачнији за туристе (Eusebio, Vieira & Lima, 2018). Резултати овог рада у складу су са бројним претходним истраживањима на ову тему (Adongo et al., 2017; Brida et al., 2014; Campón-Cerro et al., 2017; Demirović et al., 2020; Gursoy & Rutherford, 2004; Lee, 2013).

Било је посебно значајно истражити ставове локалног становништва Западне Србије о тенденцији да подржи развој спорог туризма у својим заједницама, ради разумевања тренутних услова за развој спорог туризма и спорих туристичких дестинација. Иако је спори туризам релативно нов облик туризма који све више добија на важности у литератури, ова тема захтева даље и детаљније академске студије у циљу ширења свести о њеном значају. Локално становништво, аутентичност и гостољубивост често се наводе као кључни фактори у формирању искуства спорих туриста (Conway & Timms, 2010). Како у досадашњој литератури не постоје истраживања на тему ставова локалног становништва о спором туризму и прихватању овог вида туризма у њиховим заједницама, било је важно испитати какво је мишљење локалног становништва Западне Србије о овом виду туризма и његовом прихватању. Премда у литератури не постоји формирана скала за мерење ставова о спором туризму, за потребе овог истраживања је формирана скала према досадашњој литератури из области спорог туризма и његових кључних карактеристика. Према резултатима, локално становништво Западне Србије показало је да има генерално позитиван став према пружању подршке у развоју спорог

туризма у дестинацији. Ови резултати су веома битни јер бројни аутори наводе локално становништво и значај локалног карактера дестинације као један од важних стубова спорог туризма (Caffyn, 2012; Pécsek, 2018; Tomas, 2014). Такође, локално становништво представља један од кључних фактора који доприноси формирању искустава туриста (Conway & Timms, 2010; Gardner, 2009; Petrini, 2011). Сходно томе, доживевши пријатно искуство током посете, туристи одлазе задовољни и већа је вероватноћа да ће поново посетити исту дестинацију (Lo et al., 2014). Најбоље оцењене варијабле су оне које се односе на пружање информација посетиоцима, које подразумевају представљање културе заједнице, као и информација о локалном превозу у заједници. Тако рецимо, локално становништво је изјавило да би у великом броју случајева пружило све потребне информације туристима и представило би им културу свог краја. Становништво је и савесно, те изјављује да би туристима пружили информације о локалном превозу или би им предложили да током боравка на дестинацији више користе бицикл, шетњу, електрично возило или неко друго еколошки прихватљиво превозно средство како би њихов боравак на дестинацији био што више одржив. Даље, становништво жели да учествује у културној размени са туристима, тако што ће им пружити услугу туристичког вођења уколико изразе жељу или их упознати са рутама које су мање познате и на прави начин представљају њихов крај. Резултати истраживања су позитивни јер је доказано да локално становништво боље перципира развој и утицај туризма у ситуацијама када је више у прилици да разговара с посетиоцима и на тај начин смањује потенцијалне културолошке и менталне разлике (Brougham & Butler, 1981). Како се дубља и суштинска повезаност са дестинацијом најбоље може остварити кроз развијање комуникације и учешће у свакодневном животу локалног становништва (Bâc & Aksöz, 2017; Dickinson & Lumsdon, 2010; Heitmann et al., 2011; Yurtseven & Kaça, 2011), веома је битно нагласити да локално становништво Западне Србије има позитиван став о наведеним варијаблама. Напоследку, позитиван став становништва огледа се и у жељи да сарађују са локалним властима, уколико би за то било прилике. Овај податак говори у прилог томе да локална власт и људи који се баве управљањем туризмом треба да поведу више рачуна о локалном становништву које има жељу да се на неки начин укључи у развој туризма у својој заједници, како би на тај начин допринели и себи и заједници, на обострану корист.

Поред тога што је било битно испитати ставове становништва о потенцијалној подршци развоју спорог туризма, било је битно испитати и везу привржености заједници

и ове подршке. Као што претходно добијени резултати показују да приврженост заједници позитивно утиче на тенденцију локалног становништва да подржи развој туризма, исто тако се показало да приврженост заједници има позитивну корелацију са развојем спорог туризма. То указује да приврженост заједници утиче на жељу локалног становништва да активно учествује у свим активностима везаним за туризам, доприносећи тако развоју туризма и заједнице.

С обзиром на значај улоге локалне заједнице у развоју туризма, у овом истраживању су испитани ставови локалног становништва о улози који локална заједница треба да има у развоју туризма. Резултати су показали да локално становништво Западне Србије у потпуности сматра да треба да буде укључено у развој туризма у својим заједницама, што је у складу са ранијим истраживањима на ову тему (Tosun, 2006; Jaafar et al., 2015). Становништво жели да буду укључено у доношење одлука о туризму на нивоу заједнице и да активно учествује и допринесе у истраживањима на тему туризма кроз учествовање на семинарима и конференцијама. Такође, становништво сматра да је потребно да заузме већинску улогу предузетника и радника у туризму у заједници, како би имали могућност да уживају у предностима развоја који ће их подстицати да своје способности прикажу кроз отварање малих предузећа (May-Ling, Ramachandran, Shuib & Afandi, 2014). Жеља за укључивањем у развој туризма се може тумачити потребом становништва да буде укључено у планирање туризма јер је заједница та која има искуство у дотадашњем прилагођавању разним потребама, они су ти који су највише погођени туризмом и очекивано је да ће постати саставни део туристичког производа (Scheuyvens, 2002). Све речено указује на то да одрживост развоја туризма може зависити како од директног, тако и од индиректног укључивања локалне заједнице (Mowforth & Munt, 2015). Истраживањем је установљено да је међу локалним становништвом Западне Србије свега 27,5% испитаника на неки начин укључено у развој туризма. Добијени резултати не иду у прилог истраживању, јер су ранија истраживања показала да резиденти који су запослени у делатностима које имају директне или индиректне везе с туризмом, боље перципирају туристички развој и позитивно су настројени према тој друштвеној појави (Andereck et al., 2005; Draper et al., 2011; Liu & Var 1986; Milman & Pizam 1988; Pizam & Pokela, 1985; Styliadis & Terzidou, 2014; Thongma, Leelapattana & Hung, 2011; Vargas-Sánchez et al., 2015).

8.2. Ставови носилаца туристичке понуде Западне Србије

Премда у досадашњој литератури није истраживана примена спорог туризма на дестинацијама, било је мало емпиријских доказа о ставу представника туристичке понуде према овој врсти туризма. У овом раду испитани су ставови дела носилаца туристичке понуде Западне Србије како би се дошло до сазнања да ли они разумеју концепт спорог туризма, да ли опште карактеристике њихове понуде одговарају концепту и да ли су они спремни да га прихвате.

Резултати показују да је свега трећина носилаца туристичке понуде Западне Србије била упозната са термином спори туризам пре истраживања. То су углавном били млади људи, који су факултетски образовани те су за термин чули током сопствених истраживања или током студија. Премда наводе да су чули за спори туризам, мали број њих био је заиста добро упознат са његовим значењем, као и примерима упражњавања овог вида туризма у свету. То се може објаснити чињеницом да тај термин углавном није познат ван литературе, нити је јасно дефинисан у туристичкој привреди (Serdane, 2017). Иако је на почетку истраживања био изазов испитивати тему спорог туризма, за који се претпоставило да није довољно заступљен термин у Србији, током процеса се испоставило да то може бити од користи приликом истраживања. Дакле, с обзиром да више од половине испитаника није било упознато са термином, они нису били у стању да се претходно оријентишу на одређени контекст спорог туризма и тако не разумеју ширу слику концепта (McCabe, 2005). Након што им је кратко представљен концепт спорог туризма, одговори испитаника одражавали су њихово истинско разумевање и тумачење концепта (Serdane, 2017). Тако су поједини испитаници након објашњења концепта дошли до закључка да је то управо вид туризма којим се они баве, без обзира што га тако не називају. Како су сви испитаници били представници сеоских туристичких домаћинстава, сви они су навели да спори туризам могу да поистовете са сеоским или руралним туризмом, при томе мислећи на исти вид туризма. Повезаност спорог и руралног туризма, као и тема перцепције спорог туризма у руралној дестинацији потврђена је и у литератури (Noor et al., 2011; Noor et al., 2015; Farhadi et al., 2022), те одговори испитаника говоре у прилог томе да су разумели суштину спорог туризма. Такође, поједине испитанике спори туризам асоцира на еко-туризам, што може бити у складу са тврдњом појединих аутора да је спори туризам уско повезан са одрживим и еко-туризмом (Wearing et al., 2012; Murayama & Parker, 2012; Dodds, 2012).

И поред тога што до овог истраживања нису били упознати са концептом спорог туризма, испитаници који су део туристичке понуде Западне Србије, показују да разумеју и увиђају потенцијал својих дестинација за развој овог вида туризма. Запослени у туризму, чине окосницу успешности пословања у сектору туризма, што подразумева и њихова специфична знања, адекватне вештине рада, уз истовремено разумевање пословних процеса (Серовић, 1994; Јовићић, Ривас & Драгин, 2011). Како запослени у туризму могу представљати кључну компоненту у стварању успешне дестинације (Baum, Amoah & Spivack, 1997) и могу промовисати иновације (Boes, Buhalis & Inversini, 2015), охрабрујуће је да испитаници препознају потенцијал Западне Србије у смеру развоја спорог туризма. Испитаници се слажу приликом навођења кључних туристичких вредности које привлаче туристе да посете Западну Србију и њихова домаћинства. Очекивано је да мир, природа, као и могућност боравка деце у природи буду неки од кључних мотива посете. Иако се спори туризам повезује са зеленим туризмом (Murayama & Parker, 2012; Park & Lee, 2019), туризам заснован на природи није конкретно повезан у литератури са спорим туризмом. Међутим, спори туризам је најчешће довођен у везу са одрживим туризмом (Moira et al., 2017) који се искључиво базира на природним ресурсима. Стога се наведене кључне вредности које истичу испитаници могу поистоветити са концептом спорог туризма. Такође, велики број природних и културних вредности на малом простору, као и аутентичност објеката битан су фактор који привлачи туристе у Западну Србију. Ово је у складу са истраживањем о мотивима за посету руралним подручјима у Србији (Bratić, 2021).

Конзумирање хране која је специфична за место у ком туристи бораве, повезивање са локалном културом и локалним становништвом представља веома битну карактеристику спорог туризма (Miele, 2008; Dickinson & Lumsdon, 2010). Битно је нагласити да испитаници својим одговорима потврђују да су локална гастрономија и гостопримство нешто по чему су домаћинства у Западној Србији препознатљива и да је то нешто што у великој мери привлачи туристе. У прилог резултатима истраживања иде чињеница да туристи који посећују рурална подручја имају неколико сличности. Наиме, они су привучени лепим и мирним пределима, широким могућностима за активности на отвореном, гостопримством локалне заједнице и могућности да се активно укључе у њихов живот, као и да пробају локалну храну (Cai, 2002; Frochot, 2005; Pesonen & Kompula, 2010; Royo-Vela, 2009).

Како би се створила детаљнија слика о стању развоја туризма са аспекта туристичке понуде, било је битно испитати да ли се опште карактеристике капацитета понуде уклапају у концепт спорог туризма. Резултати су показали да, према мишљењу испитаника, у Западној Србији не постоји довољан број капацитета у односу на потражњу. Са све већим развојем туризма долази до повећане потребе за изградњом нових смештајних капацитета у дестинацијама, што води до даљег развоја туризма. Како се одрживим развојем туризма могу остварити бројни бенефити за дестинације (Lee et al., 1997; Sahli & Nowak, 2007; Wall, 1996), може се закључити да је позитивно што испитаници, као представници туристичке понуде, сматрају да у Западној Србији постоји потреба за додатним туристичким капацитетима. Међутим, како управљање дестинацијама има за циљ да обогати или барем задржи богатство расположивих ресурса (Pavione et al., 2017), у будућности је потребно обратити пажњу на начин на који се туризам развија и паметно управљати дестинацијама, како би туризам остављао што мање негативних ефеката услед неприкладног вођења. Са друге стране, испитаници су забринути за будућност опстанка појединих села услед миграције младих људи у веће градове. Стога је потребно континуирано радити на едукацији младих људи о бенефитима развоја туризма у руралним заједницама (Кошић, 2009) како би се подстакла њихова жеља за бављењем туризмом и останком или повратком на село. Истовремено, потребно је обезбедити неке врсте помоћи и субвенција, које ће младим људима бити подстицај и олакшица уколико се одлуче на овај корак.

Резултати су показали да се смештај у власништву велике већине испитаника налази у руралном окружењу и очуваној природи, што представља веома важну компоненту спорог туризма (Noor et al., 2015; Joffe et al., 2004). Наиме, како би туристи могли да уживају у природи и искусе спорији темпо живота који је у складу са окружењем, неопходно је да се налазе у аутентичном и руралном простору. На основу литературе о спором туризму, закључује се да су препоруке да се у понуди користе капацитети у којима су архитектура и декор интегрисани у околину како би путник осетио да је „време заустављено“ и како би могао потпуно да ужива у детаљима. Ово је у складу са резултатима истраживања јер велики број испитаника послује у оквиру капацитета који су грађени у стилу простора у ком се налазе. У питању су углавном старе сеоске куће, дрвене брвнаре које одражавају живот у Србији из ранијих година или су то пак викендице које се уклапају у новији стил градње, али које су у складу са амбијентом окружења. породице, и то су често старе породичне куће које су обновљене

и често су служиле као почетак и основа развоја туризма. У складу са типом смештаја који нуде, готово сви испитаници наводе да имају директан и непосредан контакт са гостима, што представља једну од кључних ствари која карактерише спори туризам (Caffyn, 2012). Такође, туристима који имају посебна интересовања као што су планинарење, хајкинг, риболов, већина испитаника обезбедила је простор за одлагање додатне опреме како би им боравак био што потпунији. Са друге стране, поражавајући су добијени резултати који наводе да само мали број испитаника може да угости особе са посебним потребама. Наиме, већина испитаника нема обезбеђене стазе и прилазе, али наводе да често „импровизују“ како би омогућили приступ објекту, што би у будућности требало бити другачије. Испитаници, као носиоци туристичке понуде Западне Србије, морају бити савесни и свесни потреба за оваквим видом подршке туристима.

С обзиром да се спори туризам темељи на покрету споре хране и да негује аутентичност, гостопримство и личини печат који оставља онај ко пружа услугу у туризму, било је веома битно испитати да ли је услуга исхране, која се најчешће нуди уз услуге смештаја, у складу са формирањем производа спорог туризма. Првобитно је било испитано на који начин сеоска домаћинства пружају услугу исхране у својим домаћинствима. Резултати су показали да сеоска домаћинства у оквиру туристичке понуде Западне Србије послују на три начина. Половина њих услугу исхране пружа независно од услуге смештаја и то најчешће спроводе кроз пословање ресторана који ради независно од смештаја, те је на располагању и туристима у смештају, али и онима који долазе само због исхране. Друга половина услуге исхране пружа само гостима који су у њиховом смештају. Овакав начин пословања у већој мери одговара концепту спорог туризма, јер домаћини остварују личан однос са гостима, припремају храну само за њих и то су углавном аутентични оброци спремљени од локалних производа који су често узгајани од стране домаћина. Са друге стране, битно је нагласити да, без обзира на начин пословања, скоро сви испитаници храну припремају на традиционалан начин и при томе користе локалне производе из свог поднебља. Домаћинства, у великом броју случајева, самостално узгајају бар један део производа који им је потребан и углавном се ту ради о воћу и поврћу, док се ретко упуштају да имају своју заокружену производњу. Поред својих производа, сва домаћинства остварују сарадњу са локалним добављачима и увек прво бирају да производе који им требају купе из своје околине, села или блиског окружења, пре него у већим трговинама. То указује на високу свест испитаника о томе да је туризам потребан како за њихову, тако и да за добробит локалне заједнице.

Најчешће се одлучују за куповину млечних производа као што су млеко, јогурт, кајмак и сир. Међутим, проблеми се јављају када локално ставновништво од кога се производи купују не може да обезбеди довољне количине намирница, или чак да одржи константан квалитет. Наведени резултати су у складу са једном од шест димензија спорог туризма, која се односи на аутентичност. Заго (Zago, 2011) дефинише аутентичност као „способност да се створи и понуди искуство које је окарактерисано, невештачко и снажно повезано са културом и локалном традицијом“, као и супротно од „глобализованих производа и услуга“. Могло би се закључити да носиоци туристичке понуде у Западној Србији, посматрајући сектор исхране, имају велике потенцијале за развој производа спорог туризма у својим домаћинствима.

Пошто се одрживост у литератури спомиње као једна од веома битних карактеристика спорог туризма (Valls et al., 2019; Serdane, 2017; Pécsek, 2014), било је битно испитати у којој мери су капацитети туристичке понуде Западне Србије одрживи, тачније, ако нису, у којој мери имају жељу да раде на томе да поправе своје пословање у смислу одрживости. Нажалост, дошло се до резултата да ниједно сеоско туристичко домаћинство обухваћено истраживањем не поседује признање или неку врсту награде у погледу одрживости и одговорног пословања. Како наводе, таква врста признања у Србији не постоји, али би велики број њих желео да конкурише за добијање еко-ознаке уколико би она постојала, што указује на свесност о важности ове теме у пословању. Не изненађује што резултати истраживања показују да је општа свест о одрживости животне средине на ниском нивоу. Наиме, на основу неколико питања дошло се до резултата да испитаници не воде рачуна о уштеди потрошње воде и електричне енергије, јер не сматрају да им то може унапредити пословање на неки начин. Са друге стране, охрабрујуће је да би велики број испитаника желео да угради соларне панеле уколико би постојао неки вид субвенције или помоћи. Поред ниског нивоа свести међу носиоцима туристичких услуга, неразумевање за потребе очувања животне средине увиделе су се и код надлежних органа. Наиме, резултати су показали да скоро нико од испитаника не рециклира отпад јер не постоји услов за разврставање било какве врсте отпада и за могућност да се рециклажа спроведе, без обзира да ли живе у малим или великим местима. Поред одрживости животне средине потребно је водити рачуна о одрживости и могућности развоја локалне заједнице (Di Clemente et al., 2015). Стога, едукација и укључивање локалног становништва у развој туризма представља веома битне карактеристике развоја. Локално становништво често се запошљава на сталним

или привременим сезонским пословима уколико домаћинства имају потребе за додатном радном снагом. Често се као пример наводи да је потреба за запошљавањем мала, јер се домаћинствима људи често баве искључиво породично и немају потребе за другим запосленима. Носиоци сеоских туристичких домаћинстава су се углавном самостално едуковали. Међутим, и међу осталим испитаницима који су похађали разне семинаре, обуке и радионице често влада исто мишљење, а то је да су радионице често само теорија која није примењива у пракси. Из овога произилази да је у будућности потребно да људи који управљају туризмом схвате потребу за развијањем другачијих модела унапређења туризма у мањим локалним заједницама. Често се као проблем наводи неразумевање едукација које нису прилагођене свим пружаоцима услуга у туризму.

Што се тиче спремности испитаника, као туристичких представника понуде Западне Србије, да се прикључе развоју спорог туризма забележени су позитивни резултати. Током разговора, уочен је позитиван став према аутентичном пословању и представљању на другачији начин који издваја од конкуренције. Сви испитаници желе да пруже туристима место које нуди више релаксације и мирније искуство са више доживљаја и богатијег искуства. Ово је у складу са атрибутима који истичу спори туризам који промовише промене у квалитету доживљаја дестинације и који нуди аутентичност (Valls et al., 2019). Такође, искуство засновано на аутентичности повезује се са жељом да се свет упозна на другачији начин (Fullagar et al., 2012). На основу своје понуде и односа према туристима, испитаници су свесни да су туристи спремни да плате и вишу цену за искуство које им се нуди. Истовремено, испитаници не одступају од својих цена, иако су свесни својих потенцијала. Напослетку, сви испитаници наводе жељу да се укључе у формирање јединственог туристичког производа на нивоу своје дестинације, општине или региона. То се може тумачити да уколико би постојала иницијатива, постојала би и жеља носилаца туристичке понуде Западне Србије да се направи јединствен туристички производ који ће објединити понуду више дестинација у оквиру ове регије. Тако уједињена регија, осим што би представљала простор за изградњу конкурентности, имала би веће шансе да буде препозната као кључна за сарадњу са европским фондовима који би допринели даљем развоју туризма. Стварање јединственог туристичког производа може се спровести кроз умрежавање и едукације усмерене на подизање квалитета и конкурентности целокупне регије Западне Србије.

На основу стварања јединственог туристичког производа и развоја спорог туризма, може да се развије и нови модел пословања. Наиме, персонализована путовања због своје вредности и стечених искустава често туристе наводе да потроше више (Valls et al., 2019). Како се емоције повећавају, а материјална вредност се смањује, потрошња се несумњиво повећава (Kazeminiya, Hultman & Mostaghel, 2016). То може значити да би квалитетнија услуга богата искуствима, могла да омогући бољу профитабилност. Како наводе Ловри и Бек ако смо ми оно што једемо, исто би се могло рећи и да нас представљају избори наших путовања (Lowry & Back, 2015).

9. ЗАКЉУЧАК

Последње поглавље докторске дисертације даје увид у научни и практични допринос теоријског и теренског истраживања спроведеног током писања ове дисертације. У наставку биће приказани постигнути резултати, као и њихов научни и практични допринос, али и ограничења истраживања. Затим, дати су предлози будућих истраживања и савети за прављење јединственог туристичког производа који ће бити у складу са потенцијалима истраживане регије, а са друге стране у складу са сугестијама, мишљењима и ставовима локалних заједница регије Западна Србија (локалног становништва и дела представника туристичке понуде у туризму). На основу свих потенцијала, оцене тренутног стања развоја туризма и потенцијалних проблема који су у вези са развојем туризма, биће дат предлог смерница које би требало да трасирају пут развоја и примене концепта спорог туризма у регији Западна Србија.

На основу резултата истраживања, притом реализујући постављене циљеве и задатке истраживања уз примену научне методологије и коришћењем домаће и стране научне литературе, дошло се до закључка којим се усваја општа хипотеза ове дисертације: *Локално становништво Западне Србије има позитиван став према општем развоју туризма. Локално становништво има тенденцију да подржи развој спорог туризма и жели да буде укључено у доношење одлука у вези са туризмом и спровођењем активности туризма. Носиоци туристичке понуде Западне Србије поседују потенцијале за развој спорог туризма и показују жељу да се укључе у његов развој у будућности.*

9.1. Научни и практични допринос истраживања

Први део спроведеног истраживања имао је за циљ да утврди ставове локалног становништва према развоју туризма у њиховим заједницама, као и да утврди спремност да се подржи будући развој спорог туризма. Такође, приступило се утврђивању ставова локалног становништва о жељи да буде укључено у доношење одлука у вези са туризмом и спровођењем активности туризма. На основу литературе и очекивања током теренског истраживања, утврђено је више хипотеза, које су биле основа за даље истраживање. Постављене хипотезе су биле подложне провери употребом т-теста, једнофакторске

анализе варијансе (*ANOVA* тест), корелације, регресионе анализе и средњих вредности (% слагања или неслагања). На основу добијених резултата, хипотезе могу бити потврђене (+), делимично потврђене (+/-) или оповргнуте (-). Из опште хипотезе дисертације, изведено је осам афирмативних хипотеза које укључују већи број потхипотеза.

Локално становништво регије Западна Србија има генерално позитиван став према развоју туризма у својој средини, чиме се **прва хипотеза (X1) усваја (+)**. Ово је утврђено на основу веома високих оцена, односно веома високих средњих вредности и процентуалног слагања са перцепцијом уочених користи од туризма, тенденције подршке развоју туризма и средње високом степену привржености заједници.

Ставови локалног становништва према развоју туризма се делимично статистички разликују у односу на њихове социодемографске карактеристике чиме се **друга хипотеза (X2) делимично усваја (+/-)**. У оквиру потхипотеза доказано је да је статистичка разлика потврђена у три случаја, али и оповргнута у три случаја. Стога, произилазе следећи закључци:

- **Потхипотеза X2a је оповргнута (-)** зато што се ставови локалног становништва према развоју туризма у Западној Србији статистички значајно не разликују у односу на њихов пол што је утврђеном применом т-теста. Ово се може протумачити чињеницом да становништво оба пола има релативно сличан став о значењу констатација унутар два од три фактора (Ф1 и Ф3). Једино се код Ф2 бележи статистички значајна разлика између средњих вредности ставова оба пола ($p=0,048$). Стога се може закључити да је женски део испитаника оценио нешто вишим просечним оценама ставове у вези са подршком развоја туризма у њиховој заједници.
- **Потхипотеза X2б је оповргнута (-)**, јер се ставови локалног становништва према развоју туризма у Западној Србији статистички значајно не разликују у односу на њихове године старости. АНОВА тест је показао да не постоје статистички значајне разлике изузев у случају Ф2. Конкретније, одговори испитаника који припадају старосној категорији 65-74 године показују да они у најмањој мери показују да су спремни да пруже подршку развоју туризма у својој заједници.

- **Потхипотеза Х2в је потврђена (+)**, зато што се ставови локалног становништва према развоју туризма статистички значајно разликују у односу на њихово место пребивалишта, тачније округ у ком живе. Статистички значајна разлика приказана је код сва три фактора, али су добијени резултати показали да су испитаници из Колубарског округа показали нешто другачије и ниже средње оцене развоја туризма у својој заједници, у односу на испитанике из Мачванског и Колубарског округа.
- **Потхипотеза Х2г је потврђена (+)**, на основу резултата да се ставови локалног становништва према развоју туризма статистички значајно разликују у односу на занимање испитаника. Тачније, студенти и запослени испитаници имају бољу перцепцију користи коју њихова заједница има од туризма, пружају више подршке развоју туризма и у већој мери су привржени заједници него испитаници који нису запослени или су у пензији.
- **Потхипотеза Х2д је оповргнута (-)**, јер се ставови локалног становништва према развоју туризма не разликују значајно у односу на висину њихових просечних месечних примања. Разлог је што у анализама у оквиру ове варијабле није доказана статистички значајна разлика између одговора испитаника ни у једном од три фактора.
- **Потхипотеза Х2ђ је потврђена (+)**, с обзиром да се код два од три фактора (Ф2 и Ф3) уочава значајна статистичка разлика на нивоу значајности ($p < 0,05$). Добијена разлика говори о чињеници да испитаници који имају завршену средњу школу, изражавају нижи степен слагања са ставовима који се односе на подршку развоју туризма, док са друге стране испитаници који имају завршену основну школу показују већу приврженост заједници од свих осталих наведених категорија образовања испитаника.

Ставови локалног становништва Западне Србије о перцепцији користи од туризма и њихова тенденција да подрже развој туризма позитивно су повезане, чиме је **трећа хипотеза (Х3) потврђена (+)**. С обзиром да користи од туристичког развоја за локалну заједницу и општи ставови о подршци развоју туризма показују позитивну вредност корелације, то упућује на закључак да што су веће користи од туризма то ће бити већа подршка развоју туризму и обрнуто. Такође, у истраживању су усвојене потхипотезе које упућују на конкретније закључке:

- **Потхипотеза Х3а је потврђена (+)**, зато што друштвене користи од развоја туризма позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма. На основу стандардизованог бета коефицијента ($\beta=0,255$, $p = 0,00$) може се закључити да са растом друштвених користи расте и подршка развоју туризма.
- **Потхипотеза Х3б је оповргнута (-)**, јер локално становништво сматра да користи по животну средину немају значајан утицај на подршку развоју туризму од стране локалног становништва.
- **Потхипотеза Х3в је потврђена (+)**, с обзиром да локално становништво сматра да економске користи од развоја туризма позитивно утичу на ставове локалног становништва о подршци развоју туризма. Добијени резултати указују да економске користи имају највећи утицај на потенцијалну подршку туризму. Стога, што су веће економске користи од развоја туризма, локално становништво ће пружати већу подршку развоју туризма.

Хипотезе четири (Х4) и пет (Х5) су такође потврђене (+) и потпуно усвојене на основу резултата о позитивним корелацијама фактора привржености заједници (Ф3) са факторима тенденција подршке развоју туризма (Ф2) и перцепција користи од туризма (Ф1). На основу корелационе матрице дошло се до закључка да је позитивна корелација веома јака међу факторима сва три фактора. Стога се може закључити да ће локално становништво које је више привржено заједници имати позитивнију перцепцију о развоју и користима од туризма, и да ће бити спремно да пружи виши степен подршке коју заједница може дати развоју туризма, и обрнуто.

Приврженост заједници и тенденција подршке развоју спорог туризма у заједници су позитивно повезане, чиме је **шеста хипотеза (Х6) потврђена (+)**. Ово је утврђено на основу резултата који су показали позитивну корелацију, што доводи до закључка да ће становници који су у већој мери привржени заједници, у већој мери бити вољни да пруже подршку развоју спорог туризма у својој дестинацији, и обрнуто.

Локално становништво Западне Србије показује генерално позитиван став према пружању подршке у развоју спорог туризма у дестинацији као и жељу да се укључи у развој овог вида туризма и спроводи га сходно својим могућностима, чиме је **седма хипотеза (Х7) потврђена (+)**. Ово је утврђено на основу веома високих оцена, односно

веома високих средњих вредности и процентуалног слагања са варијаблама. Локално становништво има жељу да учествује у активном контакту са туристима и да учествује у културној размени са туристима, пружајући им услуге туристичког вођења кроз мање познате руте. Такође, позитиван став становништва огледа се и у жељи да сарађују са локалним властима, уколико би за то било прилике.

Потврђена (+) је и осма хипотеза (X8), зато што локално становништво сматра да треба да буде укључено у развој туризма Западне Србије. Ова хипотеза је утврђена на основу веома високих средњих вредности у оквиру ове димензије односно високе проценуталне вредност - слагања са свим варијаблама.

Други део спроведеног истраживања имао је за циљ да утврди ставове дела носилаца туристичке понуде Западне Србије, како би се дошло до сазнања о разумевању концепта спорог туризма и спремности да се концепт прихвати. Такође, истраживање је спроведено са циљем да се испитају опште карактеристике туристичке понуде Западне Србије како би се дошло до сазнања да ли оне одговорају наведеном концепту. Из тога су произишле три хипотезе:

- Хипотеза девет (X9) гласила је: *Носиоци туристичке понуде упознати су са концептом спорог туризма*. Резултати су показали да иако нису сви испитаници били упознати са појмом спорог туризма, њихово разумевање и виђење појма у великој мери одговара ономе што спори туризам представља у литератури. Испитаници су кроз изношење својих ставова о потенцијалима и кључним туристичким вредностима, показали да Западна Србија има основу за развој овог вида туризма у будућности. Представници понуде увиђају сличност спорог и руралног туризма што је охрабљујуће за развој спорог туризма, премда је рурални туризам један од битних потенцијала развоја туризма Западне Србије. На основу наведеног може се закључити да је **хипотеза девет (X9) потврђена (+)**.
- Хипотеза десет (X10) гласила је: *Носиоци туристичке понуде имају потенцијал и могућност да спроведу и примене концепт спорог туризма*. На основу спроведених интервјуа и упознавања са туристичком понудом Западне Србије кроз теренско истраживање, може се закључити да испитаници, као туристички представници Западне Србије, показују значајну усклађеност са вредностима спорог туризма. У Западној Србији појављују се елементи спорог туризма те се, кроз препознавање одређених карактеристика пословања, услуга и потенцијала, овај простор може сматрати погодним за развој овог вида туризма. Међутим,

премда постоје бројни потенцијали за развој спорог туризма, одрживост капацитета као битан фактор овог концепта на нивоу целе регије није на одговарајућем нивоу. Стога, може се закључити да је **хипотеза десет (X10) делимично потврђена (+/-)**.

- **Хипотеза једанаест (X11) је потврђена (+)**, јер сви испитани носиоци туристичке понуде показују жељу да се укључе у развој концепта спорог туризма у Западној Србији.

Главни допринос ове дисертације је увођење методологије која је испитала ставова локалног становништва и ставове међу носиоцима туристичке понуде Западне Србије о могућности примене спорог туризма. Овај допринос је веома значајан, с обзиром да се у досадашњој литератури о спором туризму не могу пронаћи студије које проучавају ставове локалног становништва и стављају га у главни фокус. Такође, у досадашњој литератури нису истраживани ставови туристичке понуде и њихови потенцијали за развој овог концепта. Стога, ова студија представља добар основ за даља истраживања у оквиру теме спорог туризма.

9.2. Ограничења и предлози за будућа истраживања

Може се закључити да као и све истраживачке студије, и ова дисертација има извесна ограничења. Како је тема о спором туризму тек у зачетку, резултати дисертације представљају само део у изградњи читаве литературе, која с временом може постати значајно средство развоја туризма.

Највеће ограничење представљао је недостатак досадашње литературе о начину на који се могу испитати ставови локалног становништва и носилаца туристичке понуде о томе да ли желе и имају потенцијал да се укључе у развој спорог туризма. Како у литератури не постоје конкретни фактори по којима би се ови ставови могли мерити, то представља ограничење јер не постоји могућности поређења Западне Србије са другим дестинацијама.

Ограничење може представљати узорак, односно ставови испитаника о развоју туризма и утицају туризма на њихову заједницу, који се континуирано морају пратити с обзиром да се они временом мењају (Gursoy et al., 2010; Huh & Vogt, 2008). На основу тога, може се истаћи потреба да се истраживање понови у истим насељима у наредном

временоском периоду, али међу широм популацијом, као и међу старијом популацијом, како би се утврдиле потенцијалне разлике у ставовима локалног становништва. Као што је наведено, истраживање је спроведено у 24 општине на територији Западне Србије. Међутим, предлаже се да будућа истраживања укључе и остала места на територији Србије које могу имати потенцијале за развој спорог туризма, како би се извршило опширније поређење.

Даље, ово истраживање није правило разлику између позитивних и негативних утицаја туризма, стога будуће студије би требале да укључе и варијабле које се односе на негативне утицаје туризма како би се створила јаснија слика о ставовима локалног становништва. Затим, ово истраживање није направило разлику између локалног становништва које остварује директне економске користи од туризма, од оних који не остварују. Стога, даље студије требало би да укључе независне променљиве које указују на област њиховог посла, на пример: „радим у туризму“, „посао ми је повезан са туризмом“, „посао ми није повезан са туризмом“. На тај начин би се добила још јасније слика о ставовима локалног становништва.

Значајно ограничење у теренском истраживању представља неразумевање појединих питања од стране испитаника, при чему је било потребно да се објасни значење и смисао појединих питања. Ово се највише односило на питања постављана носиоцима туристичке понуде, као и старијој популацији. Стога, убудуће треба водити више рачуна о формулацијама преведених реченица и прилагођавању духу српског језика и карактеристикама (географске, социолошке, економске, психолошке и сл.) истраживаног простора. Такође, ограничење представља и присуство *COVID-19* вируса који је онемогућио да се целокупно истраживање спроведе теренски, већ се део истраживања морао спровести онлајн и путем телефона, што је отежало комуникацију у одређеној мери.

Затим, ова дисертација фокус је ставила на испитивање ставова локалног становништва и дела туристичке понуде у оквиру сеоских туристичких домаћинстава, док су туристи изостављени. Из тог разлога будућа истраживања треба да размотре различита питања везана за задовољство туриста локалним становништвом и туристичком понудом, као и садржајима и производима у Западној Србији. Ово може довести до још боље процене тренутног стања у Западној Србији као туристичкој дестинацији, те може послужити као основа за поређење ставова туристичке понуде и туриста о капацитетима у туризму. Даље, будућа истраживања треба да размотре ставове

туриста о разумевању концепта спорог туризма, како би доносиоци одлука могли да раде на будућем стварању стратегија или стварању брэнда заснованог на спором туризму. Такође, посебну пажњу треба посветити мотивацији туриста и истраживању друштвених медија ради што бољег разумевања потреба туриста за савременим трендовима у туризму. Будућа истраживања такође могу испитати улогу културе у спором туризму, тачније да ли су туристи из појединих земаља, култура и друштва склонији да се баве спорим туризмом. Ово се може закључити јер је познато да друштво и социолошки фактори утичу на туристичку мотивацију (Sharpley, 1994) а неке мотивације су култура или специфична дестинација. Стога, још један разлог за испитивање улоге културе у спором туризму је тај што културне разлике утичу на слику коју појединци имају о дестинацији (Tasci & Gartner, 2007). Из овога се може закључити који туристи су у највећој мери заинтересовани за посету Западној Србији као дестинацији спорог туризма, те се будуће маркетиншке активности могу водити тим информацијама.

Поред ограничења истраживања у овом делу рада ће бити изнесени конструктивни предлози за будуће иницијативе које могу допринети развоју спорог туризма како у Западној Србији, тако и у Србији.

Предлог за будућу иницијативу јесте оснивање удружења које промовише спори туризам у Западној Србији. Ово удружење би требало, да захваљујући активном укључивању туристичких предузетника и локалних заједница, чува и промовише развој различитих места, чак и оних која су туристички слабо позната, и учини их вредним туристичким дестинацијама. Оснивање удружења би имало за циљ да створи брэнд спорог туризма који би био посвећен туристичким предузећима и локалном становништву које је укључено у развој туризма (удружења, задруге, организатори догађаја, излета и активности и слично). Удружење би сарађивало са људима и предузећима како би се валоризовала локална историја, култура и типични производи свих места која учествују. Оснивањем брэнда може се постићи разликовање предузећа на тржишту која су стекла ознаку квалитета усвајањем специфичних принципа, критеријума и пракси. На овај начин, туристичка предузећа која усвоје добру праксу у валоризацији локалне културе, у заштити животне средине и природних ресурса добијају ознаку квалитета спорог туризма. Путем овог брэнда туристи имају могућност да за свој одмор свесно бирају смештајне капацитете који активно учествују у континуираном унапређењу квалитета гостопримства и заштите животне средине. Такође, у удружењу спорог туризма може учествовати и локално становништво које

пружа неке од туристичких услуга које су у складу са принципима спорог туризма. Тачније, могу се прикључити сви који туристима нуде неки вид активности које на аутентичан начин презентују локалне производе, културу и заједницу, притом поштујући природну средину. Такође, бренд се може развијати уз допринос локалног становништва или путописаца који би били ради да пишу чланке за онлајн новине које би промовисале удружење. На овај начин би се омогућило директно преношење информација о традицији, начину живота у заједницама, али и о искуствима путника.

Даље, након оснивања бренда будућа иницијатива би могла бити осмишљавање логоа (ознака) за различите производе и услуге, како би се на прегледан и сликовит начин могли истаћи сви садржаји и могућности у оквиру туристичке понуде. Такав преглед активности намењен туристима, могао би се осмислити и за ближу околину објекта, односно сви ресурси који могу бити њима на располагању. Дobar пример земље у овом контексту представља Италија, где су слична удружења основана и послују дуги низ година.

Поред наведеног, предлог за будућу иницијативу јесте и виши ниво сарадње међу општинама и градовима на територији Западне Србије, како би се објединила туристичка понуда на нивоу целе регије Западна Србија, која је предмет ове дисертације. За почетак, овај вид сарадње би могао да се имплементира кроз оснивање заједничке интернет странице (енглески *webpage*) која би на једном месту објединила целокупну туристичку понуду Западне Србије. На овој страници туристи би могли пронаћи унапред предложене и уцртане разне туристичке руте, уз коју би могли да одаберу услуге смештаја или на пример додатне активности и тако креирају јединствен туристички производ према својим преференцијама.

Када је писање и реализација пројеката у спором туризму у питању, добри примери долазе из Словеније и Италије, где је међународни пројекат „Валоризација и промоција спорих туристичких рута између Италије и Словеније“ имао за циљ организовање нове туристичке понуде у Италији и Словенији коју карактеришу природни елементи, развијајући облике спорог туризма са посебном пажњом на одрживост, одговорност и еколошки прихватљиве концепте. Слична идеја би могла да се реализује и у Западној Србији (Србији), која би имала задатак да умрежи смештајне јединице у нашој земљи, са сличним субјектима у Црној Гори, Босни и Херцеговини, Мађарској, Хрватској и сл. Такво умрежавање могло би се реализовати кроз формирање потенцијалних кластера или сличних начина удруживања.

На основу свега наведеног, може се закључити да светски трендови у туризму стреме ка руралним просторима и да наглашавају потребе и мотиве савременог становништва за повратак традицији, природи и незагађеној средини. У оваквој тенденцији, спори туризам може заузети значајан тржишни сегменат, а поштујући правила одрживог развоја, и уз неговање локалне традиције и културе, овај вид туризма постаје један од стратешких и најефикаснијих начина будућег развоја руралних подручја. Најзад, јавља се и неопходност боље сарадње међу свим заједницама на територији Западне Србије. Сарадња је неопходна како би се створио бренд и како би се производи спорог туризма боље пласирали на тржиште као јединствен туристички производ Западне Србије и читаве Србије.

ЛИТЕРАТУРА

1. Abdollahzadeh, G., & Sharifzadeh, A. (2014). Rural residents' perceptions toward tourism development: A study from Iran. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 126-136.
2. Adedeji, J. A., & Fadamiro, J. A. (2011). Perceptions on cultural significance and heritage conservation: A case study of Sussan Wengerâ€™s building, Osogbo, Nigeria. *African Journal of History and Culture*, 3(5), 73-88.
3. Adongo, R., Choe, J. Y., & Han, H. (2017). Tourism in Hoi An, Vietnam: Impacts, perceived benefits, community attachment and support for tourism development. *International Journal of Tourism Sciences*, 17(2), 86-106.
4. Aguiló, E., Alegre, J., & Sard, M. (2005). The persistence of the sun and sand tourism model. *Tourism management*, 26(2), 219-231.
5. Akama, J. S., & Kieti, D. (2007). Tourism and socio-economic development in developing countries: A case study of Mombasa Resort in Kenya. *Journal of sustainable tourism*, 15(6), 735-748. <https://doi.org/10.2167/jost543.0>
6. Albalate, D., & Bel, G. (2010). Tourism and urban public transport: Holding demand pressure under supply constraints. *Tourism Management*, 31(3), 425-433. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.04.011>
7. Allendorf, T., Swe, K. K., Oo, T., Htut, Y. E., Aung, M., Allendorf, K., ... & Wemmer, C. (2006). Community attitudes toward three protected areas in Upper Myanmar (Burma). *Environmental Conservation*, 33(4), 344-352.
8. Alshboul, K. (2016). Assessing local community involvement in tourism development around a proposed world heritage site in Jerash, Jordan.
9. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research*, 32(4), 1056-1076.
10. Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel research*, 39(1), 27-36. <https://doi.org/10.1177/004728750003900104>

11. Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of travel research*, 37(2), 120-130.
12. Ayres, L. (2008). Semi-structured interview. *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods*, 1, 810-811.
13. B. Walker, T., Lee, T. J., & Li, X. (2021). Sustainable development for small island tourism: developing slow tourism in the Caribbean. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(1), 1-15.
14. Bâc, D. P., & Aksöz, E. O. (2017). Contemporary challenges for sustainable tourism—a regional perspective. *Oradea Journal of Business and Economics*, 2(2), 37-44.
15. Babou, I., & Callot, P. (2007). CO2 et tourisme: vers de nouvelles segmentations?. *Proceedings of the 12èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, CERMA, Dijon, France*, 8-9.
16. Babou, I., & Callot, P. (2009). Slow tourism, slow (r) évolution. *Cahier Espaces*, 100(March), 48-54.
17. Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. (1999). Goal setting and goal striving in consumer behavior. *Journal of marketing*, 63(4_suppl1), 19-32.
18. Бајац, Б. (2011). Географски проблеми општине Шабац. Мастер рад. Природно – математички факултет. Департман за географију, туризам и хотелијерство. Нови Сад.
19. Baum, T., Amoah, V., & Spivack, S. (1997). Policy dimensions of human resource management in the tourism and hospitality industries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
20. Balletto, G., Milesi, A., Battino, S., Borruso, G., & Mundula, L. (2019). Slow tourism and smart community. The case of Sulcis-Iglesiente (Sardinia-Italy). In *International Conference on Computational Science and Its Applications* (pp. 184-199). Springer, Cham.
21. Balletto, G., Milesi, A., Ladu, M., & Borruso, G. (2020). A dashboard for supporting slow tourism in green infrastructures. a methodological proposal in Sardinia (Italy). *Sustainability*, 12(9), 3579.
22. Berg (2001). *Qualitative research methods for the social sciences*.

23. Blanco, H. (1996). The foundations of Community and Spanish policy in relation to rural tourism: thoughts on Spanish legislation. *Estudios Turísticos*, 1996(131), 25-49.
24. Blanco, A. D. L. (2011). Una aproximación al turismo Slow: el turismo Slow en las Cittaslow de España. *Investigaciones turísticas*, (1), 122-133.
25. Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising smart tourism destination dimensions. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 391-403). Springer, Cham.
26. Boddy, C. R. (2016). Sample size for qualitative research. *Qualitative Market Research: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2016-0053>
27. Божовић, Т. (2018). *Културни туризам Подриња (Србија)*, мастер рад, Нови Сад: Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
28. Božović, T., Blešić, I., Knežević, M. N., Đeri, L., & Pivac, T. (2021). Resilience of tourism employees to changes caused by covid-19 pandemic. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 71(2), 181-194. <https://doi.org/10.2298/IJGI2102181B>
29. Božovic, T., Miljkovic, J., & Mikulic, K. (2021). Goals and outcomes of slow tourism: case study od Vojvodina Province. *Tourism in South East Europe...*, 6, 125-135.
30. Božović, T., Pivac, T., Milojica, V. (2021). Slow tourism: new opportunity for tourism in post-pandemic world. *PAR International Leadership Conference – PILC 2021*, 28 – 29 May, 456-467.
31. Brankov, J., Jovičić, D., & Milijašević, D. (2015). Sustainable tourism in national park "Đerdap", Serbia—attitudes of local population. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 65(2), 183-199.
32. Бранковић, А. (2017). *Туристички потенцијали Специјалног Резервата Природе „Увац“*, Мастер рад, Ниш: Природно-математички факултет Департман за географију.
33. Bratić, M. (2021). Motivation and segmentation of tourists in rural areas: case study of Serbia. *Teme-Časopis za Društvene Nauke*, 45(3), 867-883.

34. Braun, V., & Clarke, V. (2012). *Thematic analysis*. American Psychological Association.
35. Brehm, J. M., Eisenhauer, B. W., & Krannich, R. S. (2004). Dimensions of community attachment and their relationship to well-being in the amenity-rich rural west. *Rural Sociology*, 69(3), 405-429.
36. Brovelli, M. A., Kilsedar, C. E., Minghini, M., & Zamboni, G. (2015). Web Mapping technologies for the valorization of slow tourism: the Via Regina project. In *18th AGILE International Conference on Geographic Information Science* (pp. 1-6). Fernando Bacao, Maribel Yasmina Santos, Marco Painho.
37. Burns, P., & Bibbings, L. (2009). The end of tourism? Climate change and societal challenges. *Twenty-First Century Society*, 4(1), 31-51.
38. Byrd, E. T., Bosley, H. E., & Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703.
39. Caffyn, A. (2012). Advocating and implementing slow tourism. *Tourism Recreation Research*, 37(1), 77-80.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2012.11081690>
40. Cai, L. A. (2002). Cooperative branding for rural destinations. *Annals of tourism research*, 29(3), 720-742.
41. Calzati, V., & de Salvo, P. (2017). Slow tourism: a theoretical framework. In *Slow Tourism, Food and Cities* (pp. 33-48). Routledge.
42. Campón-Cerro, A. M., Folgado-Fernández, J. A., & Hernández-Mogollón, J. M. (2017). Rural destination development based on olive oil tourism: The impact of residents' community attachment and quality of life on their support for tourism development. *Sustainability*, 9(9), 1624.
43. Cañizares, S. M. S., Tabales, J. M. N., & García, F. J. F. (2014). Local residents' attitudes towards the impact of tourism development in Cape Verde. *Tourism & Management Studies*, 10(1), 87-96.
44. Carmichael, B. A. (2000). A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. *Tourism management*, 21(6), 601-611.
45. Carpenter, M., & Miller, C. (2011). Revitalizing community development in theory and practice?. *Community Development Journal*, 46(suppl_1), i1-i6.

46. Cater, E. (1994). Ecotourism in the Third World: problems and prospects for sustainability. *Ecotourism: a sustainable option?.*, 69-86.
47. Cerović, Z. (1994): *Biznis i uspeh u upravljanju faktorima hotelijerstva* (doktorska disertacija). Fakultet za hotelijerstvo, Opatija.
48. Chen, L. J., & Chen, W. P. (2015). Push–pull factors in international birders' travel. *Tourism management*, 48, 416-425.
49. Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism management perspectives*, 26, 153-163.
50. Chhabra, D. (2020). A conceptual paradigm to determine behavior of slow spiritual tourists. *HTHIC*, 115.
51. Chiang, C. Y., & Jogaratnam, G. (2006). Why do women travel solo for purposes of leisure?. *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 59-70.
52. Choi, H. C., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.
53. Choi, H. S. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of travel research*, 43(4), 380-394.
54. Chuang, S. T. (2010). Rural tourism: Perspectives from social exchange theory. *Social Behavior & Personality: an international journal*, 38(10).
55. Cioban, G. L., & Slusariuc, G. C. (2014). The effect of leisure time on touristic resources and on the quality of life. *Ecoforum Journal*, 3(1), 14.
56. Cittaslow, T. I. (2017). Cittaslow International Charter. <https://www.cittaslow.org/content/charter> (datum pristupa 14.02.2022)
57. Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences (2nd Ed.)*. New York: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
58. Conway, D., & Timms, B. F. (2010). Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for 'slow tourism'. *Tourism and Hospitality Research*, 10(4), 329-344.
59. Conway, D., & Timms, B. F. (2012). Are slow travel and slow tourism misfits, compadres or different genres?. *Tourism recreation research*, 37(1), 71-76.
60. Cooke, K. (1982). Guidelines for socially appropriate tourism development in British Columbia. *Journal of travel research*, 21(1), 22-28.

61. Cox, E. O. (2001). Community practice issues in the 21st century: Questions and challenges for empowerment-oriented practitioners. *Journal of Community Practice*, 9(1), 37-55.
62. Creswell, J.W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing among Five Traditions*; Sage: Thousand Oaks, CA, USA.
63. Creswell J.W., Clark V.L.P. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. SAGE, Thousand Oaks.
64. Creswell J. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications, London.
65. Creswell, J.W. and Creswell, D.J. (2018), *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Sage, Washington, DC.
66. Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of travel research*, 17(4), 18-23.
67. Dall'Aglio, S. (2011). Slow tourism seminar. *Econstat Strategies for the Travel Industry*. <https://docplayer.net/40624488-Slow-tourism-seminar-stefano-dall-aglio-econstat-strategies-for-the-travel-industry.html> (21.10.2022)
68. Davis, J. S., & Morais, D. B. (2004). Factions and enclaves: Small towns and socially unsustainable tourism development. *Journal of Travel Research*, 43(1), 3-10.
69. Demirović, D., Berjan, S., Milentijević, N., El Bilali, H., & Syromiatnikova, Y. A. (2019). Exploration of tourist motivation and preferred activities in rural areas. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 69(1), 29-37.
70. Demirović Bajrami, D., Radosavac, A., Cimbajević, M., Tretiakova, T. N., & Syromiatnikova, Y. A. (2020). Determinants of residents' support for sustainable tourism development: Implications for rural communities. *Sustainability*, 12(22), 9438.
71. Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism management*, 31(4), 547-552.
72. DeVellis, R. F. (2003). *Scale development: Theory and application (2nd Ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

73. Di Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., De Salvo, P., & Campón-Cerro, A. M. (2015). Slow tourism: An alternative model for local and tourist development. *Sustainable performance and tourism: A collection of tools and best practices*, 23-37.
74. Dickinson, J., & Lumsdon, L. (2010). *Slow travel and tourism*. Routledge.
75. Dickinson, J. E., Lumsdon, L. M., & Robbins, D. (2011). Slow travel: Issues for tourism and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 281-300.
76. Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521.
77. Димитријевић, Р., Симоновић, П. (2005). *Биљни и животињски свет*. „Дрина“, Завод за уџбенике, Београд.
78. Dodds, R. (2012). Questioning slow as sustainable. *Tourism Recreation Research*, 37(1), 81-83.
79. Donohoe, H. M., & Needham, R. D. (2006). Ecotourism: The evolving contemporary definition. *Journal of Ecotourism*, 5(3), 192-210.
80. Драговић, Р. (2004). *Полимље – природа, туризам и одрживи развој*. СГД Београд.
81. Draper, J., Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2011). Tourism use history: Exploring a new framework for understanding residents' attitudes toward tourism. *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77.
82. Дунчић Д., Добричић М. (2014). *Просторни план подручја посебне намене Специјалног Резервата Природе „Увац“*, Београд.
83. Đuranović, D., Tomić, S., Leković, K. and Marić, D. (2019). Slow tourism in Vojvodina-motives and goals of consumers. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Istočnom Sarajevu*, 8(18), 49–60.
84. Eshliki, S. A., & Kaboudi, M. (2012). Community perception of tourism impacts and their participation in tourism planning: a case study of Ramsar, Iran. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 36, 333-341.
85. Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), 1061-1079.

86. Ezeuduji, I., & Rid, W. (2011). Rural tourism offer and local community participation in The Gambia. *Tourismos*, 6(2), 187-211.
87. Farhadi Uonaki, M., Rabani, R., & Khorasani, M. (2022). The Key Drivers of Slow Tourism Brand in Rural Destinations (Case Study: Javaherdeh Village-Mazandaran Province). *Journal of Rural Research*, 12(4), 716-733.
88. Farmaki, A. (2012). An exploration of tourist motivation in rural settings: The case of Troodos, Cyprus. *Tourism Management Perspectives*, 2, 72-78.
89. Ferreira, P. F., Seabra, C. P., & Paiva, O. (2014). Slow cities (Cittaslow): Os espaços urbanos do movimento slow. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (21), 191-193.
90. Filimonau, V., Dickinson, J., & Robbins, D. (2014). The carbon impact of short-haul tourism: A case study of UK travel to Southern France using life cycle analysis. *Journal of Cleaner Production*, 64, 628-638.
91. Fox, N., Hunn, A., & Mathers, N. (2009). Sampling and sample size calculation. *East Midlands/Yorkshire: the National Institutes for Health Research. Research Design Service for the East Midlands/Yorkshire & the Humber*.
92. Franch, M., Sambri, C., Martini, U., Pegan, G., & Rizzi, G. (2008). La domanda di turismo responsabile e di eco-turismo in Italia. Un'indagine esplorativa sui turisti CTS. In *7th International Conference Marketing Trends* (pp. 1-21). ed. Jean-Claude Andreani and Umberto Collesei, Paris-Venice: Marketing Trends Association.
93. Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: a Scottish perspective. *Tourism management*, 26(3), 335-346.
94. Fullagar, S., Markwell, K., & Wilson, E. (Eds.). (2012). *Slow tourism: Experiences and mobilities* (Vol. 54). Channel View Publications.
95. Gardner, N. (2009). A manifesto for slow travel. *Hidden Europe Magazine*, 25, 10-14.
96. Гавриловић, Љ. (2005). *Дрина са својим притокама*. „Дрина“, Завод за уџбенике, Београд.
97. Гавриловић Љ., Дукић Д. (2002). *Реке Србије*. Завод за уџбенике и наставна средства, Београд.

98. Georgic, G., Bulin, D., Dorobantu, M. R., Stefania, B., & Nistoreanu, P. (2013, March). Slow movement as an extension of sustainable development for tourism resources: a Romanian approach. In *Proceedings of the Conference: 20th IBIMA Conference, Special Edition, Kuala Lumpur, Malaysia* (pp. 25-26).
99. Georgica, G. (2015). The Tourist's Perception about Slow Travel—A Romanian Perspective. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1596-1601.
100. Gibson, D., Pratt, S., & Movono, A. (2012). Tribe Tourism: A Case Study of the Tribewanted Project. *Slow tourism: Experiences and mobilities*, 54, 185.
101. Giménez, J. F. V. (2018). *Customer-centricity: The new path to product innovation and profitability*. Cambridge Scholars Publishing.
102. Gössling, S., Peeters, P., Ceron, J. P., Dubois, G., Patterson, T., & Richardson, R. B. (2005). The eco-efficiency of tourism. *Ecological economics*, 54(4), 417-434.
103. Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism research*, 24(2), 283-304.
104. Gray, H. P. (1970). *International travel--international trade*. Heath Lexington Books.
105. Groenendaal, E. (2012). Slow tourism initiatives: An exploratory study of Dutch lifestyles entrepreneurs in France. *Slow tourism: Experiences and mobilities*, 54, 201-213.
106. Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of tourism research*, 29(1), 79-105.
107. Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of travel research*, 49(3), 381-394.
108. Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of tourism Research*, 31(3), 495-516.
109. Hadžić, O., Nedeljković-Knežević, M., Pivac, T. (2018): Održivi razvoj menadžmenta kulturnog turizma – stajkholderski pristup, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad.
110. Hall, C. M. (2013). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: From first-and second-order to third-order change?. In *Tourism Governance* (pp. 249-272). Routledge.

111. Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., & Zulkifly, M. I. (2013). Local community attitude and support towards tourism development in Tioman Island, Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 105, 792-800.
112. Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of tourism Research*, 23(3), 503-526.
113. Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of planning literature*, 18(3), 251-266.
114. Harun, R., Chiciudean, G. O., Sirwan, K., Arion, F. H., & Muresan, I. C. (2018). Attitudes and perceptions of the local community towards sustainable tourism development in Kurdistan regional government, Iraq. *Sustainability*, 10(9), 2991.
115. Havlena, W. J., & Holbrook, M. B. (1986). The varieties of consumption experience: comparing two typologies of emotion in consumer behavior. *Journal of consumer research*, 13(3), 394-404.
116. Heinonen, S. (2009). Slow Life elämäntapana, työssä ja ammattina. *Tulevaisuuden tutkimus-sen kesäseminaari, Lammi*.
117. Heitmann, S., Robinson, P., & Povey, G. (2011). Slow food, slow cities and slow tourism. *Research themes for tourism*, 114.
118. Higgins, E. T. (2002). How self-regulation creates distinct values: The case of promotion and prevention decision making. *Journal of Consumer Psychology*, 12(3), 177-191.
119. Hernández-Mogollón, J. M., Di-Clemente, E., Campón-Cerro, A. M., & Folgado-Fernández, J. A. (2017). The experiential value of slow tourism: A Spanish perspective. In *Slow Tourism, Food and Cities* (pp. 181-196). Routledge.
120. Hernández-Mogollón, J. M., Duarte, P. A., & Folgado-Fernández, J. A. (2018). The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist destination. *Journal of destination marketing & management*, 8, 170-178.
121. Hillery, G. A. (1955). Definition of community. *Rural sociology*, 20, 111-123.
122. Honoré, C. (2009). *In praise of slow: How a worldwide movement is challenging the cult of speed*. Vintage Canada.

123. Holmes, G. (2013). Exploring the relationship between local support and the success of protected areas. *Conservation and Society*, 11(1), 72-82.
124. Hospers, G. J. (2006). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life the Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*—Richard Florida
125. Horner, S., & Swarbrooke, J. (2016). *Consumer Behaviour in Tourism*. Abingdon, UK; New York, NY: Routledge.
126. Howard, C. (2012). Speeding up and slowing down: Pilgrimage and slow travel through time. *Slow tourism: Experiences and mobilities*, 11-24.
127. Huang, S. (2010). Measuring tourist motivation: do scales matter?. *Tourismos*, 5(1), 153-162.
128. Ивановић, М. (2008). *Културни туризам у Златиборском округу*, Магистарска теза, Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
129. Ивановић, М. (2013). *Стање и перспективе развоја културног туризма у Западној Србији*, Докторска дисертација, Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
130. Jackson, M. S., & Inbakaran, R. J. (2006). Evaluating residents' attitudes and intentions to act towards tourism development in regional Victoria, Australia. *International Journal of Tourism Research*, 8(5), 355-366.
131. Jaafar, M., Bakri, N. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Local community and tourism development: A study of rural mountainous destinations. *Modern Applied Science*, 9(8), 399.
132. Jamal, T., & Robinson, M. (2010). Tazim Jamal and Mike Robinson (eds.)(2009). *SAGE Handbook of Tourism Studies*. SAGE Publications 716 pp. *European Journal of Tourism Research*, 3(1), 83-84.
133. Jensen, J. M. (2011). The relationships between socio-demographic variables, travel motivations and subsequent choice of vacation. In *2nd International Conference on Economics, Business and Management* (Vol. 22, pp. 37-44).
134. Jensen, M. T. (2013). *Slow tourism—experiences and Mobilities*.
135. Joffe, H., Yardley, L., & Marks, D. (2004). Research methods for clinical and health psychology. *Content and thematic analysis*, 56-68.

136. Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 crisis, tourism and sustainable development. *Athens Journal of Tourism*, 7(2), 75-86.
137. Jovičić, A., Pivac, T., & Dragin, A. (2011). Ethical conduct of employees in tourist organizations in Novi Sad (Serbia). *Turizam*, 15(4), 135-147.
138. Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of travel research*, 36(2), 3-11.
139. Karmakar, M. (2011). Ecotourism and its impact on the regional economy—A study of North Bengal (India). *Tourismos*, 6(1), 251-270.
140. Kastenholz, E., & Lima, J. (2013). Co-creating quality rural tourism experiences—the case of a Schist Village in Portugal. *International Journal of Management Cases*, 15(4), 193-204.
141. Kazeminia, A., Hultman, M., & Mostaghel, R. (2016). Why pay more for sustainable services? The case of ecotourism. *Journal of Business Research*, 69(11), 4992-4997.
142. Khan, S. (2015). How slow is 'slow'? Dilemmas of Slow Tourism. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 39-49.
143. Khoo-Lattimore, C., Mura, P., & Yung, R. (2019). The time has come: a systematic literature review of mixed methods research in tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1531-1550.
144. Kil, N., Holland, S. M., Stein, T. V., & Ko, Y. J. (2012). Place attachment as a mediator of the relationship between nature-based recreation benefits and future visit intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 603-626.
145. Kim, K., Oh, I. K., & Jogaratnam, G. (2007). College student travel: A revised model of push motives. *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), 73-85.
146. Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?. *Tourism management*, 36, 527-540.
147. Kim, S., Park, E., & Phandanouvong, T. (2014). Barriers to local residents' participation in community-based tourism: Lessons from Houay Kaeng Village in Laos.
148. King, B., Pizam, A., & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of tourism Research*, 20(4), 650-665.

149. Kirsi, M. (2011). Mikä ihmeen Slow? Hitaampaa elämäntapaa kannattavan ideologian hallitsevat kehukset (Master's thesis).
150. Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism management*, 23(5), 521-530.
151. Košić, K. (2009). Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj, doktorska disertacija, Novi Sad: Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo.
152. Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism management*, 23(3), 221-232. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00090-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00090-5)
153. Knox, P. L. (2005). Creating ordinary places: Slow cities in a fast world. *Journal of urban design*, 10(1), 1-11.
154. Kummer, C. (2002). *The Pleasures of Slow Food*. San Francisco. Chronicle Books.
155. Кривошејев, В. (2007). *Ваљево у прошлости – кратка историја града*. Народни музеј Ваљево.
156. Крсмановић, С. (2019). *Туристичка атрактивност средњовековних утврђења и манастира златиборског округа*. Дипломски рад, Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
157. Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A., & Wickham, T. (2004). An examination of recreationists' relationships with activities and settings. *Leisure Sciences*, 26(2), 123-142.
158. Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of tourism research*, 21(1), 121-139.
159. Le Busque, B., Mingoia, J., & Litchfield, C. (2022). Slow tourism on Instagram: An image content and geotag analysis. *Tourism Recreation Research*, 47(5-6), 623-630.
160. Lee, C. C., Backman, K., & Backman, S. (1997). Understanding antecedents of repeat visitation and tourists' loyalty to a resort destination. In *Proceedings of the 1997 Travel and Tourism Research Association Annual Conference, TTRA, Boulder, CO*.

161. Lee, C. K., Kang, S. K., Long, P., & Reisinger, Y. (2010). Residents' perceptions of casino impacts: A comparative study. *Tourism Management, 31*(2), 189-201.
162. Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management, 34*, 37-46.
163. Lepp, A. (2008). Attitudes towards initial tourism development in a community with no prior tourism experience: the case of Bigodi, Uganda. *Journal of Sustainable Tourism, 16*(1), 5-22. <https://doi.org/10.2167/jost630.0>
164. Leslie, D., & Wilson, J. (2005). The backpacker and Scotland: A market analysis.
165. Lipman, M. B., & Murphy, L. (2012). Make haste slowly: environmental sustainability and willing workers on organic farms. *Tourism: Experiences and Mobilities. Bristol*, 84-98.
166. Liu, A. (2006). Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia. *Tourism management, 27*(5), 878-889. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.007>
167. Lo, M. C., Ramayah, T., & Hui, H. L. H. (2014). Rural communities perceptions and attitudes towards environment tourism development. *Journal of Sustainable Development, 7*(4), 84.
168. López, M. F. B., Virto, N. R., Manzano, J. A., & Miranda, J. G. M. (2018). Residents' attitude as determinant of tourism sustainability: The case of Trujillo. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 35*, 36-45.
169. Lowry, L. L., & Back, R. M. (2015). Slow food, Slow Tourism and sustainable practices: A conceptual model. *Sustainability, Social Responsibility and Innovation in Hospitality-Tourism*, 71-89.
170. Lowry, L. L., & Lee, M. (2016). CittaSlow, Slow Cities, Slow Food: searching for a model for the development of Slow Tourism.
171. Lunić, D., Micera, R. & Stanišić, N. (2020). The Covid-19 Pandemic and Slow Tourism. SITCON 2020.
172. Lumsdon, L. M., & McGrath, P. (2011). Developing a conceptual framework for slow travel: A grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism, 19*(3), 265-279.
173. MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American journal of Sociology, 79*(3), 589-603.

174. Mannell, R. C., & Iso-Ahola, S. E. (1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of tourism research*, 14(3), 314-331.
175. Mansfeld, Y., & Jonas, A. (2006). Evaluating the socio-cultural carrying capacity of rural tourism communities: a 'value stretch' approach. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 97(5), 583-601.
176. Matos, R. (2004). Can slow tourism bring new life to alpine regions. *The tourism and leisure industry: Shaping the future*, 93-103.
177. Матовић, Н. (2012). *Могућност формирања тематске руте „Манастири у рашком стилу“*, мастер рад, Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
178. Marais, L. (2011). Local economic development and partnerships: critical reflections from South Africa. *Community Development Journal*, 46(suppl_2), ii49-ii62. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsr007>
179. Mariani, M., & Baggio, R. (2020). The relevance of mixed methods for network analysis in tourism and hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
180. Marić, D., Leković, K., & Tomić, S. (2021). Slow tourism consumers' recommendations. *Teme*, 1429-1440.
181. Marino, E. (2001). *Slow food world, Slow Food Award 2001, Read All About It*. <https://www.slowfood.com/slow-food-world-slow-food-award-2001-read-all-about-it/> (pristupljeno 10.02.2021)
182. Марковић, Ј., Павловић, М. (1995), *Географске регије Југославије*. Савремена администрација, Београд.
183. Markwell, K., Fullagar, S., & Wilson, E. (2012). Reflecting upon slow travel and tourism experiences. *Slow tourism: Experiences and mobilities*, 227, 233.
184. Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A., & Fontenot, R. (2013). Does sample size matter in qualitative research?: A review of qualitative interviews in IS research. *Journal of computer information systems*, 54(1), 11-22.
185. Marson, D. (2011). From mass tourism to niche tourism. *Research themes for tourism*, 1(1), 1-11.
186. Mavrić, B., Öğretmenoğlu, M., & Akova, O. (2021). Bibliometric analysis of slow tourism. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 9(1), 157-178. <https://doi.org/10.30519/ahtr.794656>

187. May-Ling, S., Ramachandran, S., Shuib, A., & Afandi, S. H. M. (2014). Barriers to community participation in rural tourism: A case study of the communities of Semporna, Sabah, Malaysia. *Life Science Journal*, 11(11), 837-841.
188. Mayer, H., & Knox, P. L. (2006). Slow cities: sustainable places in a fast world. *Journal of urban affairs*, 28(4), 321-334. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9906.2006.00298.x>
189. McCabe, S. (2005). 'Who is a tourist?' A critical review. *Tourist studies*, 5(1), 85-106.
190. McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel research*, 32(3), 29-34.
191. McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of travel research*, 43(2), 131-140.
192. McGrath, P., & Sharpley, R. (2017). Slow travel and tourism: New concept or new label?. In *Slow Tourism, Food and Cities* (pp. 49-62). Routledge.
193. McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (1995). *Tourism: principles, practices, philosophies* (No. Ed. 7). John Wiley and Sons.
194. Mei, X. Y. (2014). Boring and expensive: The challenge of developing experience-based tourism in the Inland region, Norway. *Tourism Management Perspectives*, 12, 71-80. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.09.003>
195. Meng, B., & Choi, K. (2016). The role of authenticity in forming slow tourists' intentions: Developing an extended model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 57, 397-410.
196. Miele, M. (2008). Cittáslow: Producing slowness against the fast life. *Space and Polity*, 12(1), 135-156. <https://doi.org/10.1080/13562570801969572>
197. Миливојевић, М., Перић, Ј., (1986). *Геотермална потенцијалност Мачве, Семберије и Срема*, Зборник реферата XI Конгреса геолога Југославије, књ. 1, Тара, Београд.
198. Miljković, J., & Božović, T. (2020). Uticaj društvenih medija na proces odabira domaće destinacije kulturnog turizma. In *Научно-стручна конференција Uticaj tradicionalnih i digitalnih medija na promociju i održivi razvoj kulturne baštine*, Centar za kulturu, edukaciju i medije Akademas (Vol. 27, No. 2020, pp. 130-142).

199. Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central Florida. *Annals of tourism research*, 15(2), 191-204.
200. Милојевић, П. (2019). *Могућност креирања туристичке туре „Знамените битке мачванског округа“*, дипломски рад, Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
201. Mintel. (2009). Slow travel special report. London: Author. N
202. Miretpastor, L., Peiró-Signes, Á., Segarra-Oña, M., & Mondéjar-Jiménez, J. O. S. É. (2015). The slow tourism: An indirect way to protect the environment. *Sustainability, Social Responsibility and Innovations in Tourism and Hospitality; Parsa, HG, Ed*, 317-339.
203. Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kondoudaki, A. (2017). The application of slow movement to tourism: is slow tourism a new paradigm?. *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 2(2), 1-10.
204. Molera, L., & Albaladejo, I. P. (2007). Profiling segments of tourists in rural areas of South-Eastern Spain. *Tourism management*, 28(3), 757-767.
205. Molz, J. G. (2009). Representing pace in tourism mobilities: Staycations, slow travel and the amazing race. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(4), 270-286.
206. Mondéjar-Jiménez, J., Ferrari, G., & Peiró-Signes, A. (Eds.). (2015). *Sustainable tourism: a collection of tools and best practices*. Chartridge Books Oxford.
207. Moore, K. (2012). On the periphery of pleasure: Hedonics, eudaimonics, and slow travel. *Slow tourism: Experiences and mobilities*, 54, 25-35.
208. Morales, P. C., Agüera, F. O., López-Guzmán, T., & Cuadra, S. M. (2018). Community attachment and support for sustainable tourism development through the attitudes of the local population: A case study in Puerto Plata, Dominican Republic. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 9(2), 173.
209. Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the third world*. routledge.
210. Murayama, M., & Parker, G. (2012). Fast Japan, slow Japan': Shifting to slow tourism as a rural regeneration tool in Japan. *Slow tourism: Experiences and mobilities*, 54, 170.

211. Muresan, I. C., Oroian, C. F., Harun, R., Arion, F. H., Porutiu, A., Chiciudean, G. O., ... & Lile, R. (2016). Local residents' attitude toward sustainable rural tourism development. *Sustainability*, 8(1), 100.
212. Murphy, P. E. (1983). Perceptions and attitudes of decisionmaking groups in tourism centers. *Journal of Travel Research*, 21(3), 8-12.
213. Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). Resident's perspectives of a world heritage site: The pitons management area, st. Lucia. *Annals of tourism research*, 36(3), 390-412.
214. Николић, Ђ. (2021). *Знамените битке као део туристичке понуде колубарског округа*, дипломски рад, Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
215. Николић, С. (1984). *Регионални приоритети развоја туризма ван територија САП*, Туристичка штампа, Београд
216. Николић, С. (2006). *Туризам у заштићеним природним добрима Србије*, Завод за заштиту природе Србије, Београд.
217. Nistoreanu, P., Dorobanțu, M. R., & Țuclea, C. E. (2011). The trilateral relationship ecotourism–sustainable tourism–slow travel among nature in the line with authentic tourism lovers. *Revista de turism-studii si cercetari in turism*, (11), 35-38.
218. Noor, F. A. M., Nair, V., & Mura, P. (2011). Conceptualizing a Framework for Slow Tourism in a Rural Destination in Malaysia.
219. Noor, F., Nair, V., & Mura, P. (2015). Towards the conceptualization of a Slow Tourism theory for a rural destination. *Hosp. Tour*, 2015, 175-179.
220. Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of tourism research*, 39(1), 243-268.
221. Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of tourism research*, 38(3), 964-988.
222. Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory (2nd Edition)*, New York: McGraw-Hill Book Company.
223. Nuryanti, W. (1996). Heritage and postmodern tourism. *Annals of tourism research*, 23(2), 249-260.

224. Nyaupane, G. P., & Thapa, B. (2006). Perceptions of environmental impacts of tourism: A case study at ACAP, Nepal. *The International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 13(1), 51-61.
225. Oh, H., Assaf, A. G., & Baloglu, S. (2016). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55(2), 205-219.
226. Özdemir, G., & Çelebi, D. (2018). Exploring dimensions of slow tourism motivation. *Anatolia*, 29(4), 540-552.
227. Page, S. J. (2014). *Tourism management*. Routledge.
228. Pallant, J. (2011). Survival manual. *A step by step guide to data analysis using SPSS*, 4.
229. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *1988*, 64(1), 12-40.
230. Park, H. J., & Lee, T. J. (2019). Influence of the 'slow city' brand association on the behavioural intention of potential tourists. *Current Issues in Tourism*, 22(12), 1405-1422.
231. Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism management*, 30(1), 99-108.
232. Parkins, W., & Craig, G. (2009). Culture and the politics of alternative food networks. *Food, Culture & Society*, 12(1), 77-103.
233. Paul, B. D. (2014). From slow food to slow tourism. *Annals of Faculty of Economics*, 1(2), 137-144.
234. Pavione, E., Pezzetti, R., & Gazzola, P. (2017). The role of "slow territories" in the development of sustainable tourism. *Eur. Sci. J*, 13, 238-248.
235. Pawlusiński, R., & Kubal, M. (2018). A new take on an old structure? Creative and slow tourism in Krakow (Poland). *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(3), 265-285.
236. Pearce, P. L. (2011). Travel motivation, benefits and constraints to destinations. *Destination marketing and management: Theories and applications*, 39-52.
237. Pécsék, B. (2014). Gyorsuló idő, lassuló turizmus: a lassú turizmus modellezése. *Accelerating time, slowing tourism: modelling slow tourism*, *Turizmus Bulletin*, 16(1), 3-10.

238. Pécssek, B. (2015). The role of slow design elements in managing tourist flow on the example of Bruges, Belgium. *Hungarian Geographical Bulletin*, 64(2), 143-154.
239. Pécssek, B. (2018). Slow Tourism As the Sustainable Alternative for Developing Urban Tourism Destinations. *Szent István University*.
240. Pellešová, P. (2020). Globalization and perception of tourism trends by supply and demand. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 74, p. 04019). EDP Sciences.
241. Peković, J., Zdravković, S., & Pavlović, G. (2019). Social media influencers as a predictor of consumer intentions. *Marketing*, 50(3), 207-216.
242. Pennington-Gray, L. (1970). Resident attitudes towards tourism in a destination in the stagnation stage of the tourism life cycle. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 84.
243. Pesonen, J., & Komppula, R. (2010). Rural wellbeing tourism: Motivations and expectations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 150-157.
244. Peters, M., Chan, C. S., & Legerer, A. (2018). Local perception of impact-attitudes-actions towards tourism development in the Urlaubsregion Murtal in Austria. *Sustainability*, 10(7), 2360.
245. Petrini, C. (2003). Slow food. In *Slow Food*. Columbia University Press.
246. Petrini, C. (2007). , New York, Rizzoli Ex Libris. *Slow Food Nation: A Blueprint for Changing the Way We Eat*.
247. Petrini, C. (2009). *Terra Madre: Forging a new global network of sustainable food communities*. Chelsea Green Publishing.
248. Petroman, I. M., Văduva, L., & Marin, D. (2021). Benefits of slow tourism for local economies. *Quaestus*, (18), 280-291.
249. Petrović, M. D., Blešić, I., Vujko, A., & Gajić, T. (2017). The role of agritourism's impact on the local community in a transitional society: A report from Serbia. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 13(50), 146-163.
250. Petrović, M. D., Gelbman, A., Demirović, D., Gagić, S., & Vuković, D. B. (2017). The examination of the residents' activities and dedication to the local community—an agritourism access to the subject. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijic", SASA*, 67(1), 37-52.

251. Petrović, M. D., Ledesma, E., Morales, A., Radovanović, M. M., & Denda, S. (2021). The analysis of local marketplace business on the selected urban case— problems and perspectives. *Sustainability*, 13(6), 3446.
252. Petrović, M. D., Tretiakova, T. N., & Marcouiller, D. W. (2021). Rural Community Prosperity Versus Tourism Progress: An Example of Sustainable Opportunities. In *Handbook of Sustainable Development and Leisure Services* (pp. 111-125). Springer, Cham.
253. Petz, B. (1981). *Osnovne statističke metode za nematematičare*. Zagreb: SNL.
254. Pereira, G. D. A., & Gosling, M. (2019). Push and pull motivations of Brazilian travel lovers. *BBR. Brazilian Business Review*, 16, 63-86.1
255. Pérez, E. A., & Martín, J. A. (2004). La madurez de los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Baleares. *Papeles de economía española*, (102), 250-270.
256. Pham, L., & Kayat, K. (2011). Residents' perceptions of tourism impact and their support for tourism development: The case study of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh province, Vietnam. *European Journal of Tourism Research*, 4(2), 123-146.
257. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Press.
258. Pink, S. (2008). Sense and sustainability: The case of the Slow City movement. *Local Environment*, 13(2), 95-106.
259. Пивац, Т., Ковачић, С., Стаменковић, И., Братић, М. (2022). Управљање догађајима у културном туризму. Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство. ISBN 978-86-7031-423-8.
260. Pizam, A. (2010). Creating memorable experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 343.
261. Pizam, A., Fleischer, A., & Mansfeld, Y. (2002). Tourism and social change: The case of Israeli ecotourists visiting Jordan. *Journal of Travel Research*, 41(2), 177-184.
262. Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 14(4), 55-58.

263. Поповић, М. (1978). Тито и Ужичка република, Ужичка Република, зборник радова, Експорт-прес, Београд.
264. Portinari, F. (1989). Slow food manifesto. *Slow Food*.
265. Prayag, G., & Hosany, S. (2014). When Middle East meets West: Understanding the motives and perceptions of young tourists from United Arab Emirates. *Tourism Management*, 40, 35-45.
266. Програм развоја туризма града Лознице од 2021. до 2025. Године. Службени лист града Лознице бр. 20/08 и 4/19, 2021.
267. Програма развоја туризма туристичке регије Западна Србија од 2020. до 2025. године. Службени лист града Ужица бр. 29, 2021.
268. Rapley, T. (2004). Interviewing. *Qualitative research practice*, 16-32.
269. Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345.
270. Reisinger, Y., & Turner, L. W. (2002). Cultural differences between Asian tourist markets and Australian hosts, Part 1. *Journal of travel Research*, 40(3), 295-315.
271. Републички завод за статистику (2020). Општине и региони у Републици Србији 2020. године. Београд.
272. Републички завод за статистику (2022). Попис становништва, домаћинства и станова 2022. године. Београд.
273. Републички хидрометеоролошки завод Србије (2022). Метеоролошки годишњак климатолошки подаци (2012-2021). Београд.
274. Richards, A. (2019). *Slow Travel: Dorset*. Bradt Travel Guides.
275. Ritchie, J. B. (1988). Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research. *Tourism management*, 9(3), 199-212.
276. Rittichainuwat, B. N., Qu, H., & Mongkhonvanit, C. (2008). Understanding the motivation of travelers on repeat visits to Thailand. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 5-21.
277. Robbins, D., & Cho, J. (2012). Slow travellers—who are they, and what motivates them. In *Conference Proceedings of BEST EN Think Tank XII: Mobilities and Sustainable Tourism* (pp. 144-160).

278. Roberts, L., & Hall, D. (Eds.). (2001). *Rural tourism and recreation: Principles to practice*. Cabi.
279. Ромелић, Ј. (2008). *Туристичке регије Србије*, Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
280. Royo-Vela, M. (2009). Rural-cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement. *Tourism management*, 30(3), 419-428.
281. Sahli, M., & Nowak, J. J. (2007). Does inbound tourism benefit developing countries? A trade theoretic approach. *Journal of Travel Research*, 45(4), 426-434.
282. Sanagustín Fons, M., & Fierro, J. A. M. (2011). Rural tourism: A sustainable alternative. *Applied Energy*, 88(2), 551-557.
283. Sandelowski, M. (1995). Sample size in qualitative research. *Research in nursing & health*, 18(2), 179-183.
284. Saravanan, A., & Rao, Y. V. (2012). Equitable tourism development: need for strategic partnership. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(3), 344-356.
285. Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism management*, 20(2), 245-249.
286. Sdrali, D., & Chazapi, K. (2007). Cultural tourism in a Greek insular community: the residents' perspective.
287. Sebele, L. S. (2010). Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama rhino sanctuary trust, central district, Botswana. *Tourism management*, 31(1), 136-146.
288. Serdane, Z. (2017). *Slow tourism in slow countries: the case of Latvia*. University of Salford (United Kingdom).
289. Serdane, Z., Maccarrone-Eaglen, A., & Sharifi, S. (2020). Conceptualising slow tourism: A perspective from Latvia. *Tourism Recreation Research*, 45(3), 337-350.
290. Seyfi, S., Nikjoo, A., Rezaei, O., & Siyamian, A. (2013). Attitudes of local residents toward the development of tourism in a developing society: The case of Torqabeh, Iran. *tourismos*, 8(2), 289-299.

291. Shang, W., Qiao, G., & Chen, N. (2020). Tourist experience of slow tourism: From authenticity to place attachment—a mixed-method study based on the case of slow city in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 170-188.
292. Shani, A., & Pizam, A. (2012). Community participation in tourism planning and development. In *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities* (pp. 547-564). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0>
293. Sharma, B., & Dyer, P. (2009). Residents' involvement in tourism and their perceptions of tourism impacts. *Benchmarking: An International Journal*.
294. Sharpley, R. (1994). *Tourism, tourists & society*. Huntingdon: ELM.
295. Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism management*, 23(3), 233-244.
296. Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49.
297. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of business research*, 117, 312-321.
298. Singh, S. (2012). Slow travel and Indian culture: Philosophical and practical aspects. *Slow tourism: Experiences and mobilities*, 214-26.
299. Simmons, D. G. (1994). Community participation in tourism planning. *Tourism management*, 15(2), 98-108.
300. Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of sustainable tourism*, 17(3), 321-336.
301. Sirakaya, E., Teye, V., & Sönmez, S. (2002). Understanding residents' support for tourism development in the central region of Ghana. *Journal of travel research*, 41(1), 57-67.
302. Smith, M. D., & Krannich, R. S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of tourism research*, 25(4), 783-802.
303. Smith, M. (2012). The emerging consumption of, and demand for slow travel: Just another niche travel adjective. *Unpublished master's thesis. Exeter University: Exeter*.

304. Smith, V. L. (Ed.). (2012). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.
305. Slee, B., Farr, H., & Snowdon, P. (1997). The economic impact of alternative types of rural tourism. *Journal of agricultural economics*, 48(1-3), 179-192.
306. Soininen, T. (2011). Slow tourism now and in the future.
307. Станковић, М. С. (1994). *Туристичка географија*. Београд: Географски факултет.
308. Станковић, С. (2019). *Туристичка географија Србије*, Београд: Географски факултет.
309. Станковић, С. (2005). *Туризам*. „Дрина“, Завод за уџбенике, Београд.
310. Stankov, U., Filimonau, V., & Vujičić, M. D. (2020). A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world. *Tourism Geographies*, 22(3), 703-712.
311. Steidle, G. K. (2017). *Leading from within: conscious social change and mindfulness for social innovation*. Mit Press.
312. Stem, C. J., Lassoie, J. P., Lee, D. R., Deshler, D. D., & Schelhas, J. W. (2003). Community participation in ecotourism benefits: The link to conservation practices and perspectives. *Society & Natural Resources*, 16(5), 387-413.
313. Степановић, М. (2013). *Туристичка валораизација општине Лозница*, мастер рад, Нови Сад: Природно – математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
314. Степић, С. (2005). *Регионализација*. „Дрина“, Завод за уџбенике, Београд.
315. Стојанчевић, В. (1989). Етничка кретања, демографске и социо-економска структура до краја прве половине 19. века, Историја Титовог Ужица, Зборник радова, Историјски институт Београд, Титово Ужице, стр. 531-571
316. Стратегија развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године ("Службени гласник РС", бр. 98/2016).
317. Стратегија развоја туризма Републике Србије за период од 2006. до 2015 године („Службени гласник РС”, бр. 91/06).
318. Struhsaker, T. T., Struhsaker, P. J., & Siex, K. S. (2005). Conserving Africa's rain forests: problems in protected areas and possible solutions. *Biological Conservation*, 123(1), 45-54.

319. Svärd, V. (2013). Features of Slow Philosophy in Kajaani: Slow Tourism as a Tool in Destination Development in the Land of Hunger.
320. Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism management*, 45, 260-274.
321. Stylidis, D., & Terzidou, M. (2014). Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece. *Annals of tourism research*, 44, 210-226.
322. Tasci, A. D. A., & Gartner, W. C. (2007). Destination Image and Its Functional Relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.
323. Teddlie, C., & Tashakkori, A. (2009). *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Sage.
324. Teye, V., Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of tourism research*, 29(3), 668-688.
325. Thomas, M. (2014). Slow Down. <https://www.medibank.com.au/livebetter/slow-down/> (pristupljeno 12.02.2021)
326. Thongma, W., Leelapattana, W., & Hung, J. T. (2011). Tourists' satisfaction towards tourism activities management of Maesa community, Pongyang sub-district, Maerim district, Chiang Mai province, Thailand. *Asian Tourism Management*, 2(1), 86-94.
327. Tomić, S., Leković, K., & Marić, D. (2018). Goals of consumers in the context of slow tourism. *Marketing*, 49(3), 172-180.
328. Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism management*, 21(6), 613-633.
329. Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development. *Tourism management*, 27(3), 493-504.
330. Tsai, S. P. (2012). Place attachment and tourism marketing: Investigating international tourists in Singapore. *International Journal of Tourism Research*, 14(2), 139-152.

331. Tsephe, N. P., & Obono, S. E. (2013). A theoretical framework for rural tourism motivation factors. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 7(1), 273-278.
332. Турјачанин, В., Чекрлија, Ђ. (2006). *Основне статистичке методе и технике у SPSS-у – Примена SPSS-а у друштвеним наукама*, Бања Лука: Центар за културни и социјални поправак.
333. Tyrrell, T. J., & Spaulding, L. A. (1984). A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island. *Hospitality Education and Research Journal*, 8(2), 22-33.
334. Tyrväinen, L., Silvennoinen, H., Nousiainen, I., & Tahvanainen, L. (2001). Rural tourism in Finland: Tourists' expectation of landscape and environment. *Scandinavian Journal of Hospitality and tourism*, 1(2), 133-149.
335. UNWTO (2014). *World Tourism Barometer, Tourism Highlights*. <http://www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm>. (приступљено 01.06.2022)
336. Уредба о заштити специјалног резервата природе „Клисуре реке Трешњице“ („Службени гласник РС“, бр. 50/1993).
337. Уредба о проглашењу специјалног резервата природе „Пештерско поље“ (Службени гласник РС", бр. 114/2015.)
338. Уредба о номенклатури статистичких територијалних јединица („Службени гласник РС“, бр. 109/09 и 46/10).
339. Уредба о проглашењу предела изузетних одлика „Културни предео Тршић–Троноша“ ("Службени гласник РС", бр. 51/2019.)
340. Уредба о заштити Специјалног резервата природе „Увац“ ("Службени гласник РС", бр. 25/2006. и 110/2006.)
341. Valls, J. F., Mota, L., Vieira, S. C. F., & Santos, R. (2019). Opportunities for slow tourism in Madeira. *Sustainability*, 11(17), 4534.
342. Van Bommel, K., & Spicer, A. (2011). Nail the snail: Hegemonic struggles in the slow food movement. *Organization studies*, 32(12), 1717-1744.
343. VanderStoep, S. W. (2009). *Research methods for everyday life: blending qualitative and quantitative approaches*. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass.
344. Васовић, М. (1974): Регионални апсект у туристичкој географији, Зборник радова „Географија и туристичка пракса“, Посебно издање Географског института ПМФ, Београд.

345. Var, T., & Kim, Y. (1989). Measurement and findings on the tourism impact. *unpublished paper, College Station (TX, USA), Texas A&M University, Department of Recreation, Park and Tourism Sciences.*
346. Vargas-Sanchez, A., Porras-Bueno, N., & de los Ángeles Plaza-Mejía, M. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible?. *Annals of tourism research, 38(2)*, 460-480.
347. Vargas-Sánchez, A., do Valle, P. O., da Costa Mendes, J., & Silva, J. A. (2015). Residents' attitude and level of destination development: An international comparison. *Tourism Management, 48*, 199-210.
348. Veal, A. J. (2006). *Research methods for leisure and tourism: a practical guide* (Essex).
349. Voase, R. (1995). *Tourism: the human perspective*. Hodder and Stoughton.
350. Wall, G. (1996). Ecotourism: change, impacts, and opportunities. *The ecotourism equation: measuring the Impacts. Bulletin Series: Yale School of Forestry and Environmental Studies, (99)*.
351. Wattles, I. (2019). Intervju kao istraživačka metoda: Teorijski aspekti. *Civitas, 9(02)*, 201-213.
352. Wearing, S., Wearing, M., & McDonald, M. (2012). Slow'n down the town to let nature grow: Ecotourism, social justice and sustainability. *Slow tourism: Experiences and mobilities, 36-50*.
353. Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F. (2020). COVID-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review, 76(1)*, 74-87.
354. Werner, K., Griese, K. M., & Bosse, C. (2022). The role of slow events for sustainable destination development: A conceptual and empirical review. *Events and Sustainability, 175-193*.
355. Williams, P. W., & Ponsford, I. F. (2009). Confronting tourism's environmental paradox: Transitioning for sustainable tourism. *Futures, 41(6)*, 396-404.
356. Wilkening, D. (2022). Slower tour travel a growing trend. <https://www.travelmole.com/news/slower-tour-travel-a-growing-trend/> (pristupljeno 12.3.2021)
357. Wilson, T. D., & Ypeij, A. (2012). Tourism, gender, and ethnicity. *Latin American Perspectives, 39(6)*, 5-16.

358. Woehler, K. (2004). The rediscovery of slowness, or leisure time as one's own and as selfaggrandizement. *The tourism and leisure industry: Shaping the future*, 83-92.
359. Wong, B. K. M., Musa, G., & Taha, A. Z. (2017). Malaysia my second home: The influence of push and pull motivations on satisfaction. *Tourism Management*, 61, 394-410.
360. Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of tourism research*, 50, 84-97.
361. WHO (2020). *Virtual press conference on COVID-19–11 March 2020*. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/transcripts/who-audio-emergencies-coronavirus-press-conference-full-and-final-11mar2020.pdf?sfvrsn=cb432bb3_2. (приступљено 20.04.2021)
362. Xu, J. B., & Chan, S. (2016). A new nature-based tourism motivation model: Testing the moderating effects of the push motivation. *Tourism Management Perspectives*, 18, 107-110.
363. Yu, C. P., Charles Chancellor, H., & Tian Cole, S. (2011). Examining the effects of tourism impacts on resident quality of life: evidence from rural midwestern communities in USA. *International Journal of Tourism Sciences*, 11(2), 161-186.
364. Yurtseven, H. R., & Kaya, O. (2011). Slow tourists: A comparative research based on Cittaslow principles. *American International Journal of Contemporary Research*, 1(2), 91-98.
365. Zago, M. (2013). The slow tourism as a strategic approach for the Upper Adriatic borderlands.
366. Zago, M. (2017). Between slow tourists and operators: expectations and implications of a strategic cross-border proposal. In *Slow Tourism, Food and Cities* (pp. 129-144). Routledge.
367. Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2008). Residents' attitudes and perception towards tourism development: A case study of Masooleh, Iran. *Tourism Management*, 29(6), 1233-1236.
368. Zamil, A. (2011). The role of Jordanian local community in marketing tourism. *Journal of Business Studies Quarterly*, 2(3), 42.

369. Закон о територијалној организацији Републике Србије. www.paragraf.rs (на језику: српски). 2007. Приступљено: 29.11.2021.
370. Зотовић, М. (1989). „Најстарија прошлост“, Историја Титовог Ужица, *Зборник радова*, Историјски институт Београд и Народни музеј Ужице, Ужице, стр. 37-117.

Интернет странице

1. <https://www.slowfood.com/about-us/our-history/> (приступљено 10.02.2022)
2. <https://www.slowfood.com/about-us/our-philosophy/> (приступљено 10.02.2022)
3. <https://www.slowfood.com/about-us/where-we-are/> (приступљено 10.02.2022)
4. <https://www.slowfood.com/our-network/slow-food-communities/>(приступљено 10.02.2022)
5. <https://www.cittaslow.org/content/association> (приступљено 14.02.2022)
6. <https://www.cittaslow.org/content/how-become> (приступљено 14.02.2022)

ПРИЛОГ - Анкетни упитник за локално становништво



УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ
ДЕПАРТАМАН ЗА ГЕОГРАФИЈУ, ТУРИЗАМ И
ХОТЕЛИЈЕРСТВО



АНКЕТНИ УПИТНИК

Поштовани, анкетни упитник који се налази пред Вама је део истраживања на Природно-математичком факултету, Департману за географију, туризам и хотелијерство (Универзитет у Новом Саду). Резултати ће се користити искључиво у научне сврхе, као део истраживања у оквиру докторске дисертације, те нам је сваки допринос овом истраживању од изузетног значаја. Анкета је анонимна а учешће добровољно. Унапред Вам се захваљујемо на издвојеном времену.

УПУТСТВО: Пред собом имате листу питања коју треба пажљиво да прочитате и одговорите тако што ћете један од понуђених одговора заокружити са, према Вашем мишљењу, најпрецизнијим одговором.

Заокружите и упишите поља која представљају Ваше социо-демографске карактеристике.

Пол	Године старости	Општина пребивалишта
<ul style="list-style-type: none"> • Мушки • Женски 	_____	_____
Занимање	Месечна примања	Степен образовања
<ul style="list-style-type: none"> • Студент/киња • Запослен/а • Незапослен/а • Пензионер/ка 	<ul style="list-style-type: none"> • < 300e • 301-500 • 501-700 • 701-900 • > 901e 	<ul style="list-style-type: none"> • Основна школа • Средња школа • Виша школа/ факултет • Мастер/докторске студије

✚ Да ли сте укључени у развој туризма у Вашој заједници?
ДА НЕ

✚ Уколико је Ваш одговор ДА, наведите на који начин сте укључени?

Оцените у којој мери се слажете са наведеним тврдњама на скали оцена од 1 до 5 (1 = уопште се не слажем; 5 = у потпуности се слажем)

Животни стандард у заједници је повећан захваљујући туризму.	1	2	3	4	5
Локална култура се више чува и поштује захваљујући туризму.	1	2	3	4	5
Захваљујући туризму повећане су могућности за учешће у локалним активностима (концерти, сајмови, изложбе...).	1	2	3	4	5
Осећај припадности локалној заједници јачи је због туризма.	1	2	3	4	5
Могућности за усавршавања/едукације повећане су због туризма.	1	2	3	4	5
Туризам подстиче заштиту животне средине.	1	2	3	4	5
Захваљујући туризму више (природних) подручја је заштићено.	1	2	3	4	5
Развојем туризма повећавају се вредности локалних некретнина.	1	2	3	4	5
Долази до већих инвестиција у туристичку инфраструктуру, развојем туризма.	1	2	3	4	5
Долази до већих инвестиција у локалну инфраструктуру, развојем туризма.	1	2	3	4	5
Заједница у којој живим је богата садржајима и лепо је уређена.	1	2	3	4	5
Сматрам да је живот у мојој заједници бољи него у другим заједницама.	1	2	3	4	5
Волим што живим баш у овој заједници.	1	2	3	4	5
Живот у мојој заједници осликава и мој начин живота.	1	2	3	4	5
Живот у мојој заједници ми олакшава и омогућава многе ствари.	1	2	3	4	5
Осећам јаку припадност месту у ком живим.	1	2	3	4	5
Веома сам везан/а за место у ком живим.	1	2	3	4	5
Људи које познајем фаворизују нашу заједницу и њен туристички потенцијал над другим заједницама.	1	2	3	4	5
Подржавам развој туристичких иницијатива које су одрживе и добре за моју заједницу.	1	2	3	4	5
Радо бих ступио/ла у контакт са туристима из других култура.	1	2	3	4	5
Волео/ла бих да активно учествујем у креирању планова и стратегија повезаних са туризмом.	1	2	3	4	5
Волео/ла бих да учествујем у промоцији еколошког образовања и иницијатива за очување моје заједнице.	1	2	3	4	5
Подржао/ла бих даљи развој туризма у својој заједници.	1	2	3	4	5
Верујем да ће даљи развој туризма позитивно утицати на квалитет живота свих становника места у ком живим.	1	2	3	4	5

Изразите Ваш став о следећим исказима помоћу скале оцена од 1 до 5 (1 = уопште се не слажем; 5 = у потпуности се слажем).

Пружио/ла бих посетиоцима услугу туристичког вођења кроз мој крај уколико изразе жељу.	1	2	3	4	5
Успоставио/ла бих пословни однос са представницима туризма у мом месту.	1	2	3	4	5

Укључио/ла бих се у писање брошуре (туристичког водича) кроз мој крај уколико би постојала иницијатива.	1	2	3	4	5
Представљао/ла бих туристички потенцијал мог краја на друштвеним мрежама.	1	2	3	4	5
Похађао/ла бих обуке (семинаре, тренинге) како бих био/ла у могућности да допринесем развоју туризма.	1	2	3	4	5
Радо бих ступио/ла у контакт са посетиоцима који посете моје место.	1	2	3	4	5
Пружио/ла бих све потребне информације посетиоцима.	1	2	3	4	5
Представио/ла бих посетиоцима културу мог краја.	1	2	3	4	5
Укључио/ла бих се у развој туризма уколико би добио/ла помоћ од локалних власти.	1	2	3	4	5
Укључио/ла бих се у пројекат туристичког представљања мог краја.	1	2	3	4	5
Волео/ла бих да се укључим у развој туризма свог места кроз продају производа локалне радиности (храна, пиће, сувенири...).	1	2	3	4	5
Прихватио/ла бих сарадњу локалних представника туризма да представим кулинарску понуду мог краја (дегустација хране, припрема оброка за организоване туре и сл.).	1	2	3	4	5
Упознао/ла бих посетиоце са рутама (путевима) које су мање познате и на прави начин представљају мој крај.	1	2	3	4	5
Пружио/ла бих информације посетиоцима и упознао/ла их са локалним превозом на дестинацији.	1	2	3	4	5
Предложио/ла бих посетиоцима да током боравка на дестинацији више користе бицикл, шетњу, електрично возило или неко друго еколошки прихватљиво превозно средство.	1	2	3	4	5

Изразите Ваш став о томе која би требало да буде одговарајућа улога локалне заједнице у развоју туризма, исказима помоћу скале оцена од 1 до 5 (1 = уопште се не слажем; 5 = у потпуности се слажем).

Локално становништво би требало да заузима већинску улогу предузетника и радника у туризму у заједници.	1	2	3	4	5
Локално становништво би требало да буде укључено у доношење одлука о туризму на нивоу заједнице.	1	2	3	4	5
Локално становништво би требало да присуствује семинарима и конференцијама на тему туризма.	1	2	3	4	5
Локално становништво би требало активно да учествује и допринесе у истраживањима на тему туризма.	1	2	3	4	5

ХВАЛА ВАМ НА ИЗДВОЈЕНОМ ВРЕМЕНУ!

БИОГРАФИЈА

Тамара Божовић рођена је у Лозници, 6.10.1993. године. Основну школу „Кадињача“ у Лозници, завршила је 2008. године, након чега уписује Гимназију „Вук Караџић“, друштвено-језички смер, у Лозници. По завршетку средње школе, 2012. године, уписује прву годину основних академских студија на Природно-математичком факултету Нови Сад, на Департману за туризам, географију и хотелијерство. Децембра 2016. године одбраном дипломског рада „*Сеоски туризам као део туристичке понуде општина Лозница*“ стиче звање дипломирани туризмолог. Након завршених основних академских студија, 2017. године уписује мастер академске студије (студијски програм: мастер туризмолог, модул туризма), које завршава 2018. године са просечном оценом 10,0, одбраном мастер рада на тему „*Културни туризам Подриња*“. Исте године уписала је докторске академске студије, Доктор наука – геонауке (Туризам), током којих је успешно положила све испите предвиђене планом и програмом, са просечном оценом 10,00. У јуну, 2021. године пријављује докторску дисертацију под називом: „*Мogućност примене концепта спорог туризма и стварања јединственог туристичког производа заснованог на ставовима локалних заједница регије Западна Србија*“. За време трајања докторских студија била је стипендиста Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

У звање истраживача-сарадника изабрана је 5. децембра 2022. године. Област научног истраживања су јој: туризам, културни туризам, рурални туризам, савремени облици туризма - спори туризам. Аутор је и коаутор радова објављених у часописима међународног значаја из категорије М20 и радова у тематском зборнику националног значаја (М45). Такође је учествовала на преко 10 међународних конференција у земљи и иностранству (М33 и М63).

Посебно се издваја рад који је део истраживања у оквиру докторске дисертације категорије М23:

- **Božović, T., Vujičić, M. D., Kovačić, S., Jovanović, T., Pivac, T. (2023).** Tourist motivation for slow travel: a case study of the Vojvodina region, Serbia. *Acta Geographica Slovenica*, 62(3) 33-45. <https://doi.org/10.3986/AGS.10583>

УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ ОБРАЗАЦ –
5а НАВЕСТИ НАЗИВ ФАКУЛТЕТА ИЛИ ЦЕНТРА

КЉУЧНА ДОКУМЕНТАЦИЈСКА ИНФОРМАЦИЈА¹

Врста рада:	Докторска дисертација
Име и презиме аутора:	Тамара Божовић
Ментор (титула, име, презиме, звање, институција)	1. др Татјана Пивац, редовни професор Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство 2. др Марко Д. Петровић, виши научни сарадник Географски институт „Јован Цвијић” САНУ
Наслов рада:	Могућност примене концепта спорог туризма и стварања јединственог туристичког производа заснованог на ставовима локалних заједница регије Западна Србија.
Језик публикације (писмо):	Српски (ћирилица)
Физички опис рада:	Унети број: Страница: 227 Поглавља: 9 Референци: 376 Табела: 40 Слика: 42 Графикона: 2 Прилога: 1
Научна област:	Геонауке - туризам
Ужа научна област (научна дисциплина):	Туризам
Кључне речи / предметна одредница:	Спори туризам, ставови локалног становништва, креирање туристичког производа, Западна Србија
Резиме на језику рада:	Спори туризам представља облик алтернативног туризма који се залаже за искуство туриста, успоравање темпа, очување животне средине и повећање квалитетног туристичког искуства кроз повезивање туриста са дестинацијом. У раду је дат преглед литературе о спором туризму и на основу тога дефинисане су карактеристике, атрибути и димензије овог вида туризма. Приказане су природне и друштвене карактеристике истраживаног простора, и описано је тренутно стање и модел управљања

¹ Аутор докторске дисертације потписао је и приложио следеће Обрасце:

5б – Изјава о ауторству;

5в – Изјава о истоветности штампане и електронске верзије и о личним подацима;

5г – Изјава о коришћењу.

Ове Изјаве се чувају на факултету у штампаном и електронском облику и не корице се са тезом.

	<p>туризмом у регији Западна Србија. У методолошком делу рад приказани су инструменти, процедура и узорак истраживања, а постављене су и хипотезе рада. Хипотезе које се односе на први део истраживања везане су за ставове локалног становништва, док су хипотезе које се односе на други део истраживања везане за ставове одређеног броја представника туристичке понуде Западне Србије. Кроз резултате и дискусију, хипотезе су потврђене, делимично потврђене или оповргнуте, уз помоћ статистичких прорачуна и других метода провере, док су у закључку рада представљени научни и практични допринос теоријског и теренског истраживања, као и ограничења истраживања. У овом делу рада наведени су предлози и идеје за будућа истраживања. Такође, наведени су практични савети који имају за циљ да сугеришу и мотивишу покретање промена које могу довести до напретка развоја туризма и квалитета туристичке понуде у Западној Србији, који ће се темељити на основама спорог туризма и примерима добре праксе из иностранства.</p>
Датум прихватања теме од стране надлежног већа:	24.06.2021
Датум одбране: (Попуњава одговарајућа служба)	
Чланови комисије: (титула, име, презиме, звање, институција)	<p>Председник: др Александра Драгин, редовни професор Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду</p> <p>Члан: др Кристина Кошић, редовни професор Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду</p> <p>Члан: др Славица Томић, редовни професор Економски факултет, Универзитет у Новом Саду</p> <p>Ментори: 1. др Татјана Пивац, редовни професор Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду 2. др Марко Д. Петровић, виши научни сарадник Географски институт „Јован Цвијић” САНУ</p>
Напомена:	

UNIVERSITY OF NOVI SAD
FACULTY OR CENTER

KEY WORD DOCUMENTATION²

Document type:	Doctoral dissertation
Author:	Tamara Božović
Supervisor (title, first name, last name, position, institution)	1. dr Tatjana Pivac, full professor, Faculty of Science, Department of Geography, Tourism and Hotel Management 2. dr Marko D. Petrović, Senior Research Associate, Geographical Institute "Jovan Cvijić" of the Serbian Academy of Sciences and Arts (SASA)
Thesis title:	The possibility of applying the concept of slow tourism and creating a unique tourist product based on residents' attitudes in the Western Serbia region.
Language of text (script):	Serbian language (cyrillic)
Physical description:	Number of: Pages: 227 Chapters: 9 References: 376 Tables: 40 Illustrations: 42 Graphs: 2 Appendices: 1
Scientific field:	Geoscience - Tourism
Scientific subfield (scientific discipline):	Tourism
Subject, Key words:	Slow tourism, residents' attitudes, creation of a tourist product, Western Serbia
Abstract in English language:	Slow tourism is a form of alternative tourism that advocates for the experience of tourists, slowing down the pace, preserving the environment and increasing the quality of the tourist experience by connecting tourists with the destination. The paper provides an overview of the literature on slow tourism, and based on that, the characteristics, attributes and dimensions of this type of tourism are defined. The natural and social characteristics of the researched area are presented, and the current state and model of tourism management in the region of Western Serbia are described. In the methodological part of the paper, the instruments, procedure and sample of the research are presented, and the hypotheses of the work are also set. The hypotheses related to the first part of the research are related to the attitudes of the local population, while the hypotheses related to the second part of the research are related to the attitudes of a certain number of representatives of the tourism offer of Western Serbia. Through the results and discussion, the hypotheses were confirmed, partially confirmed or refuted, with the help of statistical calculations and other

² The author of doctoral dissertation has signed the following Statements:

56 – Statement on the authority,

5B – Statement that the printed and e-version of doctoral dissertation are identical and about personal data,

5Г – Statement on copyright licenses.

The paper and e-versions of Statements are held at the faculty and are not included into the printed thesis.

	verification methods, while the conclusion of the paper presented the scientific and practical contribution of theoretical and field research, as well as the limitations of the research. In this part of the paper, suggestions and ideas for future research are listed. Also, practical tips are listed that aim to suggest and motivate the initiation of changes that can lead to the progress of tourism development and the quality of the tourist offer in Western Serbia, which will be based on the basics of slow tourism and examples of good practice from abroad.
Accepted on Scientific Board on:	24.06.2021
Defended: (Filled by the faculty service)	
Thesis Defend Board: (title, first name, last name, position, institution)	<p>President: dr Aleksandra Dragin, full professor, Faculty of Sciences, University of Novi Sad</p> <p>Member: dr Kristina Košić, full professor, Faculty of Sciences, University of Novi Sad</p> <p>Member: dr Slavica Tomić, full professor, Faculty of Economics, University of Novi Sad</p> <p>Mentors:</p> <p>1. dr Tatjana Pivac, full professor, Faculty of Science, University of Novi Sad</p> <p>2. dr Marko D. Petrović, Senior Research Associate, Geographical Institute "Jovan Cvijić" of the Serbian Academy of Sciences and Arts (SASA)</p>
Note:	

План третмана података

Назив пројекта/истраживања
Могућност примене концепта спорог туризма и стварања јединственог туристичког производа заснованог на ставовима локалних заједница регије Западна Србија
Назив институције/институција у оквиру којих се спроводи истраживање
Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство
Назив програма у оквиру ког се реализује истраживање
Докторске студије (геонауке – туризам), докторска дисертација.
1. Опис података
<p>1.1 Врста студије</p> <p><i>Укратко описати тип студије у оквиру које се подаци прикупљају</i></p> <p>У докторској дисертацији проучавана је и коришћени су секундарни извори података (домаћа и страна литература) у оквиру које се дефинише проблематика спорог туризма и сагледава тренутно стање и перспективе стратегија за будући развој туризма у Западној Србији. Први део истраживања докторске дисертације представљао је анкетно истраживање испитивања ставова локалног становништва у 25 општина регије Западна Србија. Други део истраживања спроведен је кроз интервјуе са делом представника туристичке понуде Западне Србије. На тај начин покривена су два сегмента битна за развој туризма, локално становништво и туристичка понуда. Оба дела истраживања спроведена су анонимно. Прикупљени подаци су систематизовани и статистички обрађени у статистичком програмском пакету SPSS (верзија 23). Такође, у раду су приказани подаци везани за тренутни развој туризма у регији Западна Србија. Ови подаци добијени су из званичних стратегија развоја Републике Србије, стратегије развоја регије Западна Србија, општине Лозница, и општине Ваљево.</p> <p>1.2 Врсте података</p> <p><u>а) квантитативни</u></p> <p><u>б) квалитативни</u></p> <p>1.3. Начин прикупљања података</p> <p><u>а) анкете (интервјуи), упитници, тестови</u></p> <p>б) клиничке процене, медицински записи, електронски здравствени записи</p> <p>в) генотипови: навести врсту _____</p> <p><u>г) административни подаци:</u> навести врсту: званични статистички подаци Завода за статистику Републике Србије, подаци РХМЗ, стратегије развоја.</p> <p>д) узорци ткива: навести врсту _____</p> <p><u>ђ) снимци, фотографије:</u> властите фотографије, фотографије Западне Србије преузете са интернета.</p> <p><u>е) текст:</u> секундарни извори података (научни радови, студије, монографије, књиге)</p> <p>ж) мапа, навести врсту _____</p> <p>з) остало: описати _____</p> <p>1.3 Формат података, употребљене скале, количина података</p>

1.3.1 Употребљени софтвер и формат датотеке:

a) Excel фајл, .xlsx фајл

b) SPSS фајл, .spv фајл

c) PDF фајл

d) Текст фајл, .docx фајл

e) JPG фајл, .jpf фајл

f) Остало, датотека

1.3.2. Број записа (код квантитативних података)

a) број варијабли: 51

б) број мерења (испитаника, процена, снимака и сл.): 845 испитаника, 25 насеља

1.3.3. Поновљена мерења

a) да

б) не

Уколико је одговор да, одговорити на следећа питања:

a) временски размак између поновљених мера је _____

б) варијабле које се више пута мере односе се на _____

в) нове верзије фајлова који садрже поновљена мерења су именоване као _____

Напомене: _____

Да ли формати и софтвер омогућавају дељење и дугорочну валидност података?

a) Да

б) Не

Ако је одговор не, образложити _____

2. Прикупљање података

2.1 Методологија за прикупљање/генерисање података

2.1.1. У оквиру ког истраживачког нацрта су подаци прикупљени?

a) експеримент, навести тип _____

б) корелационо истраживање, навести тип _____

ц) анализа текста: научни радови, књиге, монографије, стратегије

д) остало: анкетно истраживање које је спроведено на терену, сакупљени подаци су протумачени применом статистичких метода. Истраживање техником интервјуа на терену.

2.1.2 Навести врсте мерних инструмената или стандарде података специфичних за одређену научну дисциплину (ако постоје).

2.2 Квалитет података и стандарди

2.2.1. Третман недостајућих података

а) Да ли матрица садржи недостајуће податке? Да **Не**

Ако је одговор да, одговорити на следећа питања:

- а) Колики је број недостајућих података? _____
 б) Да ли се кориснику матрице препоручује замена недостајућих података? Да Не
 в) Ако је одговор да, навести сугестије за третман замене недостајућих података

2.2.2. На који начин је контролисан квалитет података? Описати

Сваки прикупљени анкетни упитник је прегледан како би се утврдила потпуност и валидност. За сваки интервју је урађена транскрипција како не би дошло до губљења података.

2.2.3. На који начин је извршена контрола уноса података у матрицу?

Прво су прегледани сви анкетни упитници (да ли су потпуни и валидни), затим унети у EXCEL табелу, кодирани и формирана је матрица за SPSS. Уз помоћ SPSS програма испитана је валидност података.

3. Третман података и пратећа документација

3.1. Третман и чување података

3.1.1. Подаци ће бити депоновани у _____
 репозиторијум.

3.1.2. URL адреса _____

3.1.3. DOI _____

3.1.4. Да ли ће подаци бити у отвореном приступу?

- а) Да
 б) Да, али после ембарга који ће трајати до _____
 в) Не

Ако је одговор не, навести разлог _____

3.1.5. Подаци неће бити депоновани у репозиторијум, али ће бити чувани.
 Образложење _____

3.2 Метаподаци и документација података

3.2.1. Који стандард за метаподатке ће бити примењен?

3.2.1. Навести метаподатке на основу којих су подаци депоновани у репозиторијум.

Ако је потребно, навести методе које се користе за преузимање података, аналитичке и процедуралне информације, њихово кодирање, детаљне описе варијабли, записа итд.

3.3 Стратегија и стандарди за чување података

3.3.1. До ког периода ће подаци бити чувани у репозиторијуму?

3.3.2. Да ли ће подаци бити депоновани под шифром? Да Не

3.3.3. Да ли ће шифра бити доступна одређеном кругу истраживача? Да Не

3.3.4. Да ли се подаци морају уклонити из отвореног приступа после извесног времена?

Да Не

Образложити

4. Безбедност података и заштита поверљивих информација

Овај одељак МОРА бити попуњен ако ваши подаци укључују личне податке који се односе на учеснике у истраживању. За друга истраживања треба такође размотрити заштиту и сигурност података.

4.1 Формални стандарди за сигурност информација/података

Истраживачи који спроводе испитивања с људима морају да се придржавају Закона о заштити података о личности

(https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_podataka_o_licnosti.html) и одговарајућег институционалног кодекса о академском интегритету.

4.1.2. Да ли је истраживање одобрено од стране етичке комисије? Да **Не**

Ако је одговор Да, навести датум и назив етичке комисије која је одобрила истраживање

4.1.2. Да ли подаци укључују личне податке учесника у истраживању? **Да** Не

Ако је одговор да, наведите на који начин сте осигурали поверљивост и сигурност информација везаних за испитанике:

а) Подаци нису у отвореном приступу

б) Подаци су анонимизирани

ц) Остало, навести шта

5. Доступност података

5.1. Подаци ће бити

а) јавно доступни

б) доступни само уском кругу истраживача у одређеној научној области

ц) затворени

Ако су подаци доступни само уском кругу истраживача, навести под којим условима могу да их користе:

Ако су подаци доступни само уском кругу истраживача, навести на који начин могу приступити подацима:

5.4. Навести лиценцу под којом ће прикупљени подаци бити архивирани.

6. Улоге и одговорност

6.1. Навести име и презиме и мејл адресу власника (аутора) података

Тамара Божовић, tamaraabozovic@gmail.com

6.2. Навести име и презиме и мејл адресу особе која одржава матрицу с подацима

Тамара Божовић, tamaraabozovic@gmail.com

6.3. Навести име и презиме и мејл адресу особе која омогућује приступ подацима другим истраживачима

Тамара Божовић, tamaraabozovic@gmail.com