



**УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ**



Бранкица Ч. Тодоровић

**УЛОГА ПЛАНИНСКИХ ДЕСТИНАЦИЈА У
РАЗВОЈУ ТУРИЗМА ЗЛАТИБОРСКОГ
ОКРУГА**

докторска дисертација

Ниш, 2015.



**UNIVERSITY OF NIS
FACULTY OF ECONOMICS**



Brankica C. Todorovic

**THE ROLE OF MOUNTAIN DESTINATIONS IN
TOURISM DEVELOPMENT OF THE ZLATIBOR
DISTRICT**

doctoral dissertation

Nis, 2015.

Комисија за оцену и одбрану докторске дисертације

Ментор:

Др Милан Спасојевић, редовни професор
Универзитет у Нишу
Економски факултет

Чланови комисије:

Др Вукашин Шушић, ванредни професор
Универзитет у Нишу
Економски факултет

Др Гордана Радосављевић, редовни професор
Универзитет у Крагујевцу
Економски факултет

Датум одбране докторске дисертације:

**ИЗЈАВА МЕНТОРА О САГЛАСНОСТИ ЗА ПРЕДАЈУ
УРАЂЕНЕ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ**

Овим изјављујем да сам сагласан-на да кандидат Бранкица Тодоровић може да преда Реферату за последипломско образовање Факултета урађену докторску дисертацију под називом УЛОГА ПЛАНИНСКИХ ДЕСТИНАЦИЈА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА ЗЛАТИБОРСКОГ ОКРУГА, ради организације њене оцене и одбране.

(Ментор: Проф. Др Милан Спасојевић)

**STATEMENT OF MENTOR'S CONSENT FOR SUBMISSION OF COMPLETED
DOCTORAL DISSERTATION**

Hereby, I declare that I agree that the candidate Brankice Todorovic, can submit completed doctoral dissertation to the officer for postgraduate education of the Faculty under the name of THE ROLE OF MOUNTAIN DESTINATIONS IN THE TOURISM DEVELOPMENT OF ZLATIBOR REGION, for the purpose of its evaluation and defense.

(Mentor: Prof. Milan Spasojevic, PhD)

ИЗЈАВА

Под пуном материјалном и моралном одговорношћу изјављујем да је приложена докторска дисертација резултат сопственог научног истраживања и да је коришћена литература на адекватан начин цитирана, без преузимања идеја, резултата и текста других аутора на начин којим се прикрива оригиналност извора. У потпуности преузимам одговорност за спроведено истраживање, анализу, интерпретацију података и закључке.

Својеручни потпис:

У Нишу, дана _____ године

S T A T E M E N T

With due material and moral responsibility, hereby I declare that the doctoral dissertation is the result of personal scientific research and that the references used are cited adequately without use of ideas, results and texts of other authors in the way that hides the source's originality. I take the full responsibility for conducted research, analysis, data interpretation and conclusions.

Signature:

Niš, _____

Научни допринос докторске дисертације

Очекивани научни допринос докторске дисертације "Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа" је сагледавање могућности за бржи и равномернији развој туризма на основу квалитативне и кванитативне анализе постојећег потенцијала планинских дестинација Златибора, Таре, Мокре Горе и Златара, као и пројектовање модела оптималног развоја туристичке дестинације Златиборски округ.

Одређивање фазе животног циклуса у којој се налази свака планинска дестинација користиће менаџерима дестинације у доношењу управљачких одлука, у планирању промоције дестинације и развоју туристичких производа у складу са ресурсном атракцијском основом.

Планински туризам може бити генератор привредног развоја и туризма региона при чему може утицати на демографска кретања, запосленост и платни биланс, међутим, капацитет носивости територије може бити убрзо достигнут и јавити се као препрека даљем развоју уз неадекватно управљање туристичким ресурсима.

Докторска дисертација треба да укаже на квалитет туристичких ресурса и туристичког производа, конкурентску способност и позиционирање планинских дестинација Златиборског округа на туристичком тржишту. Економско-географски ресурси стога се морају што прецизније дефинисати јер се на тај начин утврђује појединачна улога сваког ресурса у креирању туристичке понуде.

Scientific Contribution of the Doctoral Dissertation

The expected scientific of the PhD "The role of mountain destinations in the tourism development of Zlatibor region" is that it could be possible on its scrutinized analysis of the real potential of the mountain destinations such as Zlatibor, Tara, Mokra Gora i Zlatar to see different possibilities for a faster and regular devepoment, so that an optimal development model can bi made for the above mentioned destinations in the Zlatibor region.

The established "life cycle" phase in which each mountain destination can be found, would be of a great use to destination managers either when making managing decisions or planning destination promotion and developing touristic products according to a touristic attraction basis.

Mountain tourism can be a generator of economic development and tourism in the region in which can affect demographic trends, employment and balance of payments, however, the carrying capacity of the territory can be reached quickly and get back to you as an obstacle to the further development of the inadequate management of tourism resources.

PhD thesis should indicate the quality of tourism resources and tourism products, competitive ability and positioning mountain destination Zlatibor region of tourism. Economic and geographic resources must therefore be defined as precisely as possible, because in this way determine the individual contribution of each resource in the creation of tourism.

УЛОГА ПЛАНИНСКИХ ДЕСТИНАЦИЈА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА ЗЛАТИБОРСКОГ ОКРУГА

Резиме

Туризам у савременим економијама има растући значај у остваривању макроекономских циљева. Мултипликовани ефекат туризма се огледа у утицају туризма на развој мање развијених подручја, демографска обележја, запошљавање, зараде и платни биланс.

Планински туризам у Златиборском округу може бити генератор развоја туризма и привредног развоја округа. Планинске дестинације округа: Златибор, Тара, Златар и Мокра Гора, имају различиту улогу, и самим тим, допринос развоју туризма и привреде Златиборског округа. Ове дестинације се налазе у различитим фазама животног циклуса што показује степен њиховог развоја.

Природни ресурси на планинским дестинацијама Златиборског округа су недовољно искоришћени за развој туризма. Анализом природних потенцијала који имају туристичку вредност утврђене су неискоришћене могућности за развој различитих облика туризма на основу чега се може планирати развој ових дестинација.

Даљи развој планинског туризма у Златиборском округу може зауставити депопулацију и заостајање у развоју планинских подручја. Планирањем комплементарног развоја дестинације Златиборски округ, препознавањем типичних производа и афирмацијом мање развијених дестинација може се подстаћи искоришћавање природних ресурса и одрживи привредни развој.

Кључне речи: привредни развој, мултипликовани ефекат, планинске дестинације, природни ресурси, животни циклус

Научна област: економија

Ужа научна област: привредни развој и регионална економија

УДК: 338-44(23.0)(497.113латибор)(043.3)

CERIF класификациона ознака: S 180

THE ROLE OF MOUNTAIN DESTINATIONS IN THE TOURISM DEVELOPMENT OF ZLATIBOR REGION

Summary

Tourism in contemporary economies have growing importance in achieving macroeconomic objectives. Multiplied effect of tourism is reflected in the impact of tourism on the development of less developed regions, demographics, employment, wage and salary income.

Mountain tourism in Zlatibor District may be generator of tourism and economic development of the district. Zlatibor, Tara, Zlatar and Mokra Gora have a different role and contribution to the development of tourism and economy of the Zlatibor District. These destinations are in different stages of the life cycle which shows the level of their development.

Natural resources in mountain destinations Zlatibor region are under-utilized for the development of tourism. According to the information gathered from the analysis of touristic and natural potentials of the above mentioned destinations some possible unused potentials for the development of various touristic possibilities can be determined and the plan the development of these destinations.

Further development of mountain tourism in the Zlatibor District can stop depopulation and a lag in the development of mountain areas of the district. Planning the development of a complementary destination Zlatibor District, recognition and affirmation of typical products of less developed destinations can encourage the use of natural resources and sustainable economic development.

Keywords: economic development, multiplied effect, mountain destinations, natural resources, life cycle

Scientific field: economics

Narrow scientific field: economic development and regional economy

UDC: 338-44(23.0)(497.11Zlatibor)(043.3)

CERIF classification: S 180

САДРЖАЈ

УВОДНА РАЗМАТРАЊА	1
1. ПЛАНИНСКИ ТУРИЗАМ У САВРЕМЕНИМ ТУРИСТИЧКИМ КРЕТАЊИМА	7
1.1. Туристичка дестинација и њена ресурсна атракција основа	7
1.1.1. Типологија и концепти туристичких дестинација	9
1.1.2. Ресурси, атракције и туристичка дестинација	13
1.2. Савремене тенденције у туризму у свету и Србији	15
1.2.1. Концепт одрживог развоја и развој туризама	18
1.2.2. Нови правци развоја туризма	19
1.3. Планински туризам у структури савремених туристичких кретања	22
1.3.1. Одлике планинског туризма у свету	24
1.3.2. Одлике планинског туризма у Србији	25
1.3.3. Планински туризам у Златиборском округу	29
2. АТРАКЦИЈЕ КАО ОСНОВА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ ПЛАНИНСКИХ ДЕСТИНАЦИЈА ЗЛАТИБОРСКОГ ОКРУГА	33
2.1. Ресурсна основа планинских дестинација	33
2.1.1. Туристичко-географски положај планинских дестинација Златиборског округа	33
2.1.2. Природни ресурси и могућности њихове валоризације	35
2.1.2.1. Геолошки састав и рељеф	35
2.1.2.2. Климатски услови	37
2.1.2.3. Водени ресурси и услови	38
2.1.2.4. Биљни и животињски свет	40
2.1.3. Потенцијал културног наслеђа	42
2.1.3.1. Културно-историјски споменици	43
2.1.3.2. Традиционалне манифестације	44
2.1.3.3. Етнографско наслеђе	50
2.1.3.4. Остале антропогене атракције	50
2.2. Рецептивни капацитети планинских дестинација	52
2.2.1. Директни туристички капацитети	52
2.2.1.1. Искоришћеност смештајних капацитета	56
2.2.1.2. Оцена основних туристичких капацитета	58
2.2.2. Остали туристички капацитети-степен развоја и карактеристике саобраћаја	58
2.2.3. Остала инфраструктура	60
2.2.4. Оцена осталих туристичких капацитета	61
2.3. SWOT-анализа ресурсне основе и рецептивних капацитета планинских дестинација	62
2.3.1. Основни видови туризма на планинским дестинацијама	62
2.3.2. Портфолио туристичких производа дестинације Златибор-Златар	64
2.3.3. SWOT анализа планинских дестинација	65

3.ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ У ФУНКЦИЈИ ОЦЕНЕ РАЗВИЈЕНОСТИ ДЕСТИНАЦИЈА И ОКРУГА	74
3.1.Туристички промет планинских дестинација-обим и тенденције кретања	74
3.1.1. Анализа посећености Златибора	74
3.1.2. Анализа посећености Таре	82
3.1.3. Анализа посећености Златара	87
3.1.4. Анализа посећености Мокре Горе	92
3. 2. Улога планинских дестинација у туристичкој посећености Округа	93
3.2.1.Компаративна анализа улоге планинских дестинација у посећености Златиборског округа	94
3.2.2.Доприноси појединих категорија туристичке посећености планинских дестинација посећености Златиборског округа	96
3.2.3.Оцена односа посећености планинских дестинација Златиборског округа	97
3.2.4.Стопа раста посећености Златиборског округа и планинских дестинација	98
3.2.5.Остале дестинације у Златиборском округу	100
 4.ЖИВОТНИ ЦИКЛУС ПЛАНИНСКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ КАО ПОКАЗАТЕЉ РАЗВОЈА	 102
4.1. Карактеристике животног циклуса туристичке дестинације	102
4.1.1. Фазе животног циклуса производа	103
4.1.1.1. Фаза истраживања	105
4.1.1.2. Фаза иницијације	106
4.1.1.3. Фаза развоја	106
4.1.1.4. Фаза консолидације	107
4.1.1.5. Фаза стагнације	107
4.1.2.Батлер варијабле у функцији одређивања фаза животног циклуса планинских дестинација	108
4.2. Фазе животног циклуса планинских дестинација Златиборског округа	111
4.2.1. Стопа раста туристичке посећености као показатељ фазе животног циклуса	111
4.2.2. Остале варијабле у оцени фазе животног циклуса	118
 5.МУЛТИПЛИКАТИВНИ ЕФЕКТИ РАЗВОЈА ПЛАНИНСКИХ ТУРИСТИЧКИХ ДЕСТИНАЦИЈА НА ПРИВРЕДНИ И РЕГИОНАЛНИ РАЗВОЈ	 123
5.1. Туризам и привредни развој Округа	123
5.1.1.Коефицијент мултипликације и сателитски рачуни туризма	125
5.1.2. Допринос туризма регионалном развоју	126
5.2. Анализа утицаја туризма на платни биланс	128
5.3. Анализа утицаја туризма на демографске промене становништва	129
5.3.1.Промене у структурама становништва	131
5.3.2.Миграциона обележја становништва	136

5.4. Утицај туризма на запосленост	139
5.4.1. Тенденције у запошљавању у општинама Златиборског округа	142
5.4.2. Анализа односа између броја запослених и броја становника	143
5.5. Утицај туризма на раст дохотка	145
5.6. Оцена ефеката туризма на регионални и привредни развој	148
6. РАЗВОЈ МОДЕЛА ОПТИМАЛНЕ ПЛАНИНСКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ ЗЛАТИБОРСКОГ ОКРУГА	151
6.1. Основе модела оптималне планинске дестинације	151
6.1.1. Утврђивање приоритетних туристичких производа	151
6.1.2. Биодиверзитет у развоју туризма планинских дестинација	152
6.1.3. Унапређење сточарства као инструмент пољопривредне и туристичке политике	154
6.1.4. Креативна економија и индустрија на планинским дестинацијама	155
6.1.5. Улога националне културе у развоју туризама	155
6.2. Анализа резултата анкетирања управљачких структура планинских дестинација	156
6.2.1. Укључивање резултата анкете у оптимални модел планинске дестинације	167
6.2.2. Препоруке и даљи правци развоја туризма	169
ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА	172
Списак литературе	178
Прилози (списак табела, графикона, упитници, анализа података)	186
Биографија	199
Изјава о ауторству	200
Изјава о истовестности штампане и електронске верзије докторске дисертације	201
Изјава о коришћењу докторске дисертације	202

УВОДНА РАЗМАТРАЊА

Планине у Србији су најпрепознатљивији елемент простора који се одликује очуваном животном средином. У планинском простору налази се највећи број законом заштићених објеката од којих национални паркови, паркови природе, специјални резервати и регионални паркови, имају посебан значај за развој туризма.

Планински туризам у Србији има наглашен здравствени, климатотерапијски, спортско-рекреативни и спортско-такмичарски атрибут туристичке атрактивности у зимској као и у летњој сезони. У развоју планинског туризма важну улогу имају планинске дестинације Златиборског округа, међу којима се издваја Златибор као најпосећенија планинска дестинација која је Стратегијом развоја туризма означена као један од носилаца планинског туризма у Србији.

Током деведесетих година двадесетог века у Србији су се десиле политичке, економске и друштвене промене. Ратна дешавања и нестабилна политичка ситуација довели су до стагнирања у развоју националне економије што се одразило и на туристичку привреду као и на пад укупног броја долазака и ноћења иностраних туриста. Након 2000. године коју одликују економска транзиција и приватизација, туризам је идентификован као приоритетна област која има потенцијал да убрза економски опоравак земље, ревитализује депопуларизована рурална подручја и утиче на равномернији регионални развој у земљи (Митровић, 2007; Радосављевић, 2006).

После 2006. године Србија постаје континентална земља што значи усмеравање дела туристичке тражње према планинским дестинацијама. Планинске дестинације туристи почињу да посећују и током летње сезоне поред зимске, што значи да туристичку понуду треба унапређивати као целогодишњу.

Предмет докторске дисертације "Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа" је анализа туристичких потенцијала планинских дестинација Златиборског округа, као и анализа развоја округа захваљујући развоју туризма на планинским дестинацијама.

Рад је структуриран у шест глава, поред увода и закључка. У првој глави је изложен утицај савремених тенденција у туризму на развој планинског туризма у свету, Србији и Златиборском округу, а пре свега, постепени прелаз од масовних

облика туризма ка новим облицима, у којима је у условима глобализације, туристичка тражња оријентисана на аутентичност и доживљаје.

У овој глави је дато појмовно одређење дестинације које је прво прихваћено у ваздушном саобраћају као крајње одредиште путовања. Такође, дат је преглед различитих концепата у дефинисању туристичке дестинације са акцентом на савремени приступ који посебну пажњу посвећује преференцијама потрошача. Cohen (1974) је допунио дефиницију дестинације дате од Georgulas (1970) "као подручја са различитим природним и/или вештачким карактеристикама, које привлаче посетиоце који нису локални или туристе за разне активности" са "врстама туриста који имају одређене захтеве који треба да се комбинују са карактеристикама дестинације чиме одређују структуру дестинације".

Поред наведеног, прва глава садржи и анализу растућег значаја туризма у савременим условима која започиње после Другог светског рата што има за последицу: кретање према новим дестинацијама, откривање потенцијалних туристичких дестинација и улогу специфичних облика туризма.

Туризам на простору Србије, као и туризам у свету, је уско повезан са привредним развојем и садржи особине укупних друштвено-политичких догађаја у земљи, али и шире. Потенцијали за развој планинског туризма у Србији су велики, али су поједини планински центри заиста и развијени, као Копаоник, Златибор и Тара.

Друга глава обухвата анализу географско-туристичког положаја, природног и антропогеног потенцијала Златибора, Таре, Златара и Мокре Горе за развој планинског туризма. Ове дестинације имају природне, културне и историјске претпоставке који могу да буду основа за дефинисање одређене врсте туристичке понуде.

На основу утврђеног степена искоришћености потенцијала планинских дестинација урађена је SWOT анализа којом се наглашава потреба комплементарног развоја четири планинске дестинације Златиборског округа.

Трећа глава бави се анализом оствареног туристичког промета на планинским дестинацијама од почетка евиденције туристичког промета (Златибор од 1955., Тара од 1966., Златар од 1971. и Мокра Гора од 2007. године). Прави успон изградње смештајних капацитета, а самим тим и развој туризма, почиње шездесетих и почетком седамдесетих година на Златибору, Тари и Златару, док је организовано бављење туризмом на Мокрој Гори новијег датума.

Израчунате стопе раста туристичке посећености су један од индикатора неравномерног развоја планинских дестинација као и различитог доприноса дестинација посећености Златиборског округа.

У четвртој глави је анализиран животни циклус туристичке дестинације заснован на Батлеровом концепту. Значај концепта животног циклуса туристичке дестинације огледа се у томе што менаџери дестинације имају јасну слику о томе где је одређена дестинација позиционирана у оквиру циклуса и какве последице се могу очекивати уколико се предузму/не предузму интервенције.

У овој глави дат је преглед Балер варијабли које се користе за утврђивање фазе животног циклуса туристичке дестинације и на основу којих је детерминисано у којој од развојних фаза се налази свака дестинација појединачно.

У оквиру постојећих биогеографских ресурса посебни туристички значај имају заштићени делови природе: Национални парк "Тара", Предео изузетних одлика "Заовине", Парк природе "Шарган–Мокра Гора" и Парк природе "Златибор" што утиче на величину носивог капацитета и могућности развоја туризма у складу са постојећим режимом заштите.

Пета глава садржи оцену односа развоја туризма на планинским дестинацијама и економског развоја Златиборског округа. Туризам у савременим економијама има растућу улогу у остварењу макроекономских циљева, као што су запошљавање, развој мање развијених подручја, позитиван утицај на платни биланс земље и слично. Мултипликативност ефеката које носи сектор туризма је разлог зашто се он сматра сектором будућности многих земаља.

Економски ефекти међународног туризма и туризма, уопште, су значајни зато што он утиче на развој делатности из оквира туристичке привреде (угоститељства и хотелијерства, туристичких агенција, пољопривреде и саобраћаја, трговине, грађевинарства, индустрије, занатства и кућне радиности као и комуналне привреде). Такође, земље рецептивног туризма добијају могућност да преко прихода од туризма утичу на пасиву биланса робне размене.

Имајући у виду наведене ефекте туризма у овој глави су анализирана демографска обележја, запосленост и зараде становништва у општинама којима административно припадају планинске дестинације (општина Ужице, Чајетина, Бајина Башта и Нова Варош). Такође, приказано је у којој мери развој туризма на планинским дестинацијама доприноси суфициту платног биланса Златиборског округа, повећању

запослености у области туризма и хотелијерства, већим зарадама и демографском пражњењу или насељавању планинских подручја.

У шестој глави дат је предлог модела развоја планинске дестинације Златиборског округа у складу важећом Стратегијом развоја туризма Србије и Мастер плановима за подручје Златибор–Златар, Тару и Специјални резерват природе "Увац" и другим релевантим документима. Такође, дат је и предлог позиционирања туристичке регије базиран на уважавању принципа одрживог развоја са предлогом утврђивања приоритетних туристичких производа и кључних сегмената тражње.

Закључак докторске дисертације садржи преглед основних смерница које иду у прилог потврђивању хипотеза из уводног дела рада, као и предлоге изведене на основу спроведених истраживања и анализа.

Развој туризма у Златиборском округу треба да буде заснован на природним predisпозицијама подручја, али не сме да угрози еколошки уравнотежене целине нити квалитете природног предела. Ово се посебно односи на национални парк, пределе изузетних одлика и строге резервате природе као добра од најширег значаја. На овим подручјима се могу организовати само еколошки утемељени облици туризма. Посебно се мора водити рачуна о развоју рекреативно-едукативних програма којима се промовишу природне и створене вредности подручја, презентују објекти и целине од културног и историјског значаја уз предузимање неопходних мера за уређивање њихове околине, развој специфичних облика привремених и стационарних капацитета (етно и сеоски туризам, еко-кампови) и развој специфичних еколошких програма угоститељства и услуга.

Дисертацијом се указује на чињеницу да планински туризам може бити генератор привредног развоја и туризма округа при чему може утицати на демографска кретања, запосленост и платни биланс, али и да капацитет носивости територије може бити убрзо достигнут и јавити се као препрека даљем развоју уз неадекватно управљање туристичким ресурсима.

Због тога развојном политиком у туризму треба омогућити равномернију просторну дистрибуцију туриста унутар подручја планинских дестинација тако што ће се туристичка кретања усмерити ка периферним деловима. На овај начин се остварује смањење притиска на критична подручја у којима су лоцирани кључни туристички мотиви и доприноси се привредном развоју периферних делова дестинације, повећава запосленост домицилног становништва, а такође и промовишу нове, неоткривене или недовољно валоризоване туристичке вредности.

Смисао истраживања указује да је истраживање у докторској дисертацији "Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа" усмерено на испитивање генералне (опште) хипотезе која гласи: развој туризма на планинским дестинацијама Златиборског округа је важан фактор за развој туризма и привреде Златиборског округа (H1) као и више помоћних хипотеза:

- природни ресурси су кључни и недовољно искоришћени ресурси за развој туризма (H2);
- постоје разлике у доприносима и улози Златибора, Таре, Златара и Мокре Горе развоју туризма и привреде Златиборског округа (H3);
- дестинације се налазе у различитим фазама животног циклуса туристичке дестинације што показује степен њиховог развоја (H4);
- капацитет носивости територије може бити убрзо достигнут а неадекватно управљање туристичким ресурсима да води ка њиховој деградацији (H5);
- даљи развој планинског туризма може зауставити депопулацију и заостајање у привредном развоју планинских подручја округа (H6);
- афирмација мање развијених дестинација водиће даљем развоју округа (H7); и
- развој дестинација неће бити конкурентски већ комплементаран што се може постићи трагањем за препознатљивим производом дестинације (H8).

Током израде докторске дисертације коришћена је комбинација различитих метода где се уз теренско-емпиријско истраживање најчешће употребљавала дескриптивна анализа, историјска и остала релевантна документа: Туристичке организације Западне Србије и локалних туристичких организација, Светске туристичке организације, Министарства економије и регионалног развоја, Министарства трговине, туризма и услуга, Регионалне Развојне Агенције Златибор, Регионалне привредне коморе Ужице и општина Ужице, Чајетина, Бајина Башта и Нова Варош.

Примарни извори података су обезбеђени на основу обављеног структурираног интервијуа са директором Туристичке организације Западне Србије, представницима туризма на планинским дестинацијама и представником локалне самоуправе за област туризма. Такође, обављено је анкетирање туриста методом узорка и резултати су укључени у модел оптималне планинске дестинације и у закључна разматрања. Величина узорка је 50 и чини 0,01% статистичког скупа на Златибору, 0,02% на Тари, 0,13% на Златару и 0,17% на Мокрој Гори.

За потребе тестирања хипотеза дескриптивна статистика је обрађена у статистичком софтверу Excel 2010 помоћу функција: SLOPE, GEOMEAN, RSQ, STEYX, TINV и CONFIDENCE.T.

Могућности практичне примене докторске дисертације су везане за интердисциплинарни, мултидисциплинарни и полицентрични приступ циљу истраживања, уз коришћење сазнања и резултата сродних научних дисциплина, као што су менаџмент, географија, историја, екологија и друге.

У Златиборском округу се издваја неколико планинских дестинација које су важне за развој планинског туризма. Квалитативна и квантитативна анализа постојећег потенцијала Златибора, Таре, Мокре Горе и Златара омогућава уочавање могућности за бржи и равномернији развој планинског туризма.

Преглед актуелне литературе указује на значај мултипликованог ефекта туризма у условима терцијаризације привреде. Такође, у литератури се наглашава значај девизног прилива од иностраног туризма, али не треба искључити ни утицај домаћих туриста који чине преовлађујући део туристичке тражње у Златиборском округу.

1. ПЛАНИНСКИ ТУРИЗАМ У САВРЕМЕНИМ ТУРИСТИЧКИМ КРЕТАЊИМА

1.1. Туристичка дестинација и њена ресурсна атракција основа

Један од најчешће коришћених појмова у туризму је дестинација. Реч дестинација потиче из латинског језика (*destinatio*) и у дословном преводу означава одређење, опредељење, намену и крајњи циљ, међутим, њено значење данас је много комплексније.

Постоји велики број дефиниција туристичке дестинације које се могу поделити у две групе. Прва група дефиниција ставља акценат на просторну компоненту дестинације и њене функционалне елементе (Hall, 2000; Kotler & Keler, 2006). У оквиру ове групе се могу разликовати традиционале и савремене дефиниције. Традиционалне дефиниције посматрају дестинацију у оквиру њених административних граница. Тако, према Holloway (1989) "Дестинација може бити место за одмор или пословни центар који туристи посећују и где бораве. То може бити једна област или чак земља у оквиру које они путују. То може бити и брод за кружно путовање који посећује неколико лука. Најкорисније је под дестинацијом подразумевати једно или више места у која туристи одлазе и бораве и која, уједно, представљају основни циљ њихових кретања".

Davidson и Maitland (1997) дефинисали су дестинацију у облику "појединачне области, места или града, односно јасно одређеног руралног, обалског или планинског подручја".

World Tourism Organization (WTO, 1999, 2007) дефинише дестинацију као значајно место посећено током путовања разликујући: удаљену дестинацију (најудаљеније место у односу на место живљења), главну дестинацију (место где је проведено највише времена) и мотивишућу дестинацију (место које посетилац сматра примарним циљем посете).

У односу на наведене дефиниције, Kotler и Keler (2006), најјасније истичу физичке границе туристичке дестинације за коју наводе да је "место са формалном или прихваћеном границом, као што је то физичка граница острва, политичка граница или чак тржишно оријентисана граница". У домаћој литератури Попеску (2008) дефинише

дестинацију као "посебан географски регион у оквиру којег туристи остварују различите облике туристичког искуства".

За разлику од традиционалних дефиниција, савремене дефиниције дефинишу дестинацију као просторну област коју посећују и користе туристи, независно од њених административних граница. Акцент је, према овом приступу, на дестинацији као просторној целини са материјалном основом за прихват и боравак туриста.

Mathieson и Wall (1982) истичу да су од посебне важности за дестинацију природна и створена обележја, инфраструктурне карактеристике, структура привреде и својства локалног становништва дестинације.

Дефиницију дестинације која наглашава значај елемената дестинације у виду атракција, објеката, инфраструктуре, транспорта и гостопримства и њихове међузависности како би се произвео задовољавајући доживљај одмора дали су Mill и Morrison (1992).

Према Biegeru (2000) дестинација је "географска област која располаже услугама и неопходном инфраструктуром за прихват и боравак туриста".

Садржајнија и комплетнија дефиниција под туристичком дестинацијом подразумева мање или више заокружену географску целину која располаже атрактивним, комуникативним и рецептивним факторима тј. свим оним природним, друштвеним, антропогеним, културно-историјским, саобраћајним и другим претпоставкама за смештај, исхрану, забаву, разоноду и рекреацију (Бакић, 2009).

Међутим, развој науке о понашању потрошача, значајно мења приступ дефинисања туристичких дестинација. Та група дефиниција ставља акценат на "перцептивни концепт дестинације" чему је претходио социолошки приступ у дефинисању туристичке дестинације, а који полази од друштвеног деловања туриста у времену и простору, где сваки туриста делујући друштвено ствара сопствено туристичко место или простор (Certeau, 1984).

Murphy, Pritchard и Smith (2000) дефинишу дестинацију као микс појединачних производа/услуга и искуствених прилика чијом комбинацијом се формира укупан доживљај посећеног места. Фокус је на туристи који конзумира дестинацију као јединствено туристичко искуство и креира сопствени доживљај дестинације.

У основи друге групе дефиниција је динамичан приступ дефинисању дестинације који означава померање фокуса са дестинације као туристичког места на дестинацију као туристички производ или као систем производа који зависи од опажања директно и индиректно укључених учесника (Manente & Minghetti, 2006).

Сва наведена разматрања упућују на закључак да без обзира на разлике у тумачењу и дефинисању појма туристичка дестинација може се рећи да је реч о односу према једном од најважнијих елемената туристичког система. Планирање, управљање, контрола и анализа развоја дестинације захтевају систематски и интердисциплинарни приступ уз уважавање схватања различитих приступа дефинисању туристичке дестинације.

1.1.1. *Типологија и концепти туристичких дестинација*

С обзиром да се дестинације значајно разликују међу собом, истраживачи још увек нису успели да понуде универзалну класификацију која би била применљива на различитим типовима дестинација (Buhallis, 2000). Стога се у предметној литератури могу наћи различити приступи класификацији дестинација.

Типови туристичких дестинација се крећу од наменски изграђених места за одмор у којима су све функције усмерене према туризму као доминантној активности, преко главних градова и држава као целина у којима је туризам од мањег значаја, до наменски изграђених дестинација на малом простору попут "тематских паркова".

Lundberg (1976) разликује четири општа типа туристичких дестинација:

- Велики градови (велики обим промета у оба смера, функционишу и као одредишта и као исходишта),
- Периферне урбане дестинације (са мањим бројем становника и већим дестинацијским капацитетом),
- Периферне руралне дестинације (привлаче посетиоце комбинацијом пејзажних карактеристика где је прилив посетилаца знатно већи од броја локалних житеља) као и
- Природне атракције (национални паркови и друга природна добра са посебним режимом уређења и коришћења).

Pearce (1989) је понудио типологију по којој се разликују следећи типови дестинација: главни градови, развијени традиционални центри, тулинг центри и наменски изграђене дестинације (Табела 1).

Табела 1: Типологија туристичких дестинација према D. Pearce

1. ГЛАВНИ ГРАДОВИ
Важнији градови привлаче посетиоце из туристичких, породичних, културних и административних разлога. Туристи теже да се групишу по посебним зонама у којима су преовлађујући археолошки, трговински, културни и објекти за забаву. Пример: Атина
2А. РАЗВИЈЕНИ ТРАДИЦИОНАЛНИ ЦЕНТРИ
Сеоско насеље које је давно формирано и задржало се као фокус развоја туризма. Хотели, барови и остали туристички садржаји, грађени на плански начин или ван плана окружују језгро насеља. Туристичке структуре (садржаји) доминирају овом облашћу. Пример: Кушадаси, Турска
2Б. ТУРИНГ ЦЕНТРИ
Град са великом концентрацијом секундарних туристичких објеката и добрим саобраћајним везама како са емитивним туристичким земљама тако и са окружењем у којем се налаза природне и културне атрактивности. Пример: Салцбург
3. НАМЕНСКИ ИЗГРАЂЕНЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ
Целокупна инфраструктура и све погодности су стриктно усмерени ка пословању у циљу задовољавања потреба туриста. Грађевине су савремене и архитектонски стил најчешће није у складу са околним подручјем. Дестинација обезбеђује све врсте услуга које су потребне туристима за време боравка. Пример: Дизниленд, Париз

Извор: Pearce, D. (1989) *Tourist development*. London, itd: Longman

За разлику од претходних теоретичара Lumsdon (1997) наводи као типове туристичких дестинација: класичне дестинације, дестинације са специфичним пределима или живом сликом, дестинације пословног туризма и дестинације за предах, за кратак одмор и за једнодневне посете, док Buhallis (2000) прави разлику између: урбане/градске дестинације, приморске, планинске, руралне, аутентичне дестинације трећег света и јединствено-егзотичне-ексклузивне дестинације.

Туристичке дестинације имају своје исходиште у појму туристичког места. Туристичко место представља место које туристи посећују у већем броју, без обзира да ли је насељено сталним житељима, а својом опремљеношћу омогућава боравак гостију.

С просторног гледишта, туристичко место се не мора подударати с административним границама места. Туристичка места се међусобно разликују у погледу развијености својих укупних рецептивних капацитета где остварени приходи од туризма имају важну улогу у развоју туристичког места (Cooper et al., 2000, стр.105).

Туристичким местима се сматрају туристички локалитети који поседују једну од туристичких атрактивности, затим градови који поседују значајан обим туристичких објеката (Nedo, Tourism Society, 1992), региони у оквиру којих постоји неколико туристичких центара (Inskoop & Kallenbergner, 1992) и туристички комплекси који пружају различите рекреативне и друштвене садржаје на једној локацији (Gunn, 1988).

Формирањем веће функционалне просторне јединице од раније дефинисаног туристичког места назване туристичком дестинацијом, као самосталном развојном јединицом, обезбеђује се боље коришћење простора, садржајнији боравак, стварање туристичког идентитета, могућност економске валоризације туристичких атракција као и бољи пласман просторне јединице на домаћем и иностраном тржишту.

Сагледавајући овај пробем у еволутивном току, од традиционалне ка савременој туристичкој дестинацији, Laws (1995) издваја три концепта (Табела 2):

- традиционални, који обухвата дестинацију као туристичко место;
- скорији концепт који се односи на анализу и вредновање ефеката туризма по локалну заједницу и управљање тим ефектима и
- долазећи концепт који се заснива на учешћу локалног становништва у управљању туризмом, усклађивању интереса јавног и приватног сектора, управљању нивоима туристичке тражње, кооперативној регионалној промоцији и развоју и другим карактеристикама као кључним одредницама одрживог развоја туризама.

Табела 2: Концепти туристичке дестинације према Е. Lawsu

1. ТРАДИЦИОНАЛНИ КОНЦЕПТ - Место где људи проводе своје одморе
Елементи
<i>Место</i> структура и еволуција туристичких регија
<i>Људи</i> демографија, мотивација, стопа партиципације туриста и запослени у услугама дестинације
<i>Одмор</i> активности туриста на одмору
2А. СКОРИЈИ КОНЦЕПТИ - Област у којој људи бирају да проведу своје одморе и ефекти њихових активности
Елементи
<i>Област</i> приморје, град, дивљина, удаљени племенски регион
<i>Избор</i> индивидуална мотивација, друштво на одмору, алтернативна места и активности, маркетинг утиче на избор активности
<i>Ефекти</i> економски, друштвени, на окружење и еколошки
2Б. СКОРИЈИ КОНЦЕПТИ - Управљање туристичком тражњом и управљање ефектима туризма на регион
Елементи
<i>управљање тражњом</i>
<i>приступ, контрола квалитета, додавање користи, имиџ</i>
<i>управљање ефектима туризма</i>
<i>постављање циљева за туризам, анализа утицаја и капацитета, планирање, зонирање</i>
3. ДОЛАЗЕЋИ КОНЦЕПТИ
Елементи
<i>признавање мноштва интереса</i>
<i>дебата на нивоу заједнице о улози и обиму развоја туризма</i>
<i>координација јавног и приватног сектора</i>

<i>управљање нивоима туристичке тражње</i>
<i>утицање на понашање туриста у дестинацији</i>
<i>пружање квалитетног дестинацијског искуства</i>
<i>кооперативна регионална промоција и развој</i>
<i>развој туристичке теорије</i>
<i>развој политика за управљање туристичком дестинацијом</i>

Извор: Laws, E.1995.стр. 25

1.1.2. Ресурси, атракције и туристичка дестинација

Туристичке дестинације имају заједничке карактеристике које су Cooper et al. (2000) дефинисали као:

- дестинације су специфична мешавина основних компоненти/елемената
- дестинације представљају културне вредности односно имају културну привлачност
- дестинације су "неодвојиве" што значи да се туристички производ ствара на месту на којем се и троши и
- дестинације не користе само туристи већ оне могу бити коришћене и од осталих група.

Прва заједничка карактеристика дестинација упућује на закључак да је за сваку дестинацију могуће дефинисати различит број елемената при чему су заједнички елементи свим дестинацијама: атрактивност, приступачност и услови за боравак.

Атрактивност, као фактор који привлачи туристе на одређену локалцију, су објекти и делови простора који имају употребну вредност. Атрактивни фактори или атракције могу бити природни и изграђени објекти.

Туристичке атракције настају преображајем туристичких ресурса деловањем средстава, рада и осмишљеном политиком развоја.

Већина туристичких експерата је сагласна да туристичке атракције (атрактивни елементи) имају централну улогу у туристичком систему (Inskeep, 1991; Gunn, 1994; Mill & Morison, 2002).

Laws (1995) истиче да "без туристичких атракција не би било туризма, али и без туризма не би било ни туристичких атракција".

Туристичка атракција је "систем који чине три основна елемента: туриста или хумани елемент, нуклеус или централни елемент и маркер или информативни елемент. Туристичка атракција настаје када су ова три елемента повезана. Системи туристичких атракција су створени системи који су у међуодносу са окружењем. Они су подсистеми у сваком туристичком систему" (Leiper, 2004, стр. 307).

Приступачност се односи на географску дистанцу и економски трошак који настаје да би се стигло на дестинацију. То значи да приступачност подразумева и укупну развијеност саобраћајне инфраструктуре између емитивног тржишта и дестинације, као и квалитет и квантитет саобраћаја у дестинацији.

Услови за боравак обухватају објекте за смештај и исхрану, продавнице, услуге забаве, разоноде и рекреације. Постојање ових објеката утиче на дужи боравак туриста и повећање ефеката од туризма.

Сличну класификацију су дали Cooper et al. (2000) који главне компоненте већине дестинација карактеришу као 4А: атрактивности (attractions), погодности (amenities) које обухватају смештај, ресторане, забаву, трговину и остале услуге, приступачност (access) која обухвата локални саобраћај, транспортне терминале и помоћне услуге (ancillary services) у форми локалних организација.

Према Davidson и Maitland (2002) основни елементи туристичких дестинација се деле у две основне групе: изворни и изведени елементи понуде туристичких дестинација. У изворне елементе спадају тзв. производни елементи (географски положај, клима, вегетација и сл.) и општа инфраструктура (саобраћајни положај и повезаност, структура насеља, комунална опремљеност), док у изведене елементе спада туристичка опремљеност дестинације (туристички капацитети и посебни инфраструктурни садржаји за потребе туризма, организационе активности, информације, снабдевање, забавни и рекреативни садржаји и сл.).

Према маркетинг приступу пословању туристичка дестинација се састоји од следећих основних елемената: основних атрактивности, изграђеног окружења које обезбеђује просторни идентитет, потпомажућих услуга и социокултурних димензија дестинације (Gordon & Goodall, 1992).

Основу савременог приступа у дефинисању елемената туристичке дестинације чини подела заснована на битним елементима, ресурсима и атракцијама који подстичу основну жељу туристе за путовањем у конкретну дестинацију: физиологија (природни фактори), култура и историја, активности, специјални догађаји, супраструктура

дестинације, типови забаве и снага тржишних веза (Ritchie & Crouch, 2003, стр. 110-111).

Наведене класификације елемената туристичке дестинације указују на важност атракција, али и коришћења инструмената маркетинг микса, односно потребе управљања развојем туристичке дестинације.

1.2. Савремене тенденције у туризму у Свету и Србији

Раст животног стандарда и повећање слободног времена у периоду после Другог светског рата утицали су на прерастање туризма у масовну појаву. Иако су фактори ванекономске природе у поједним годинама послератног периода деловали неповољно на развој туризма, то није имало дугорочније негативне последице на повољну развојну тенденцију (Унковић, 2009). Ову чињеницу најбоље потврђују подаци о броју људи који су путовали у иностранство: 1950. године око 25 милиона, а 2010. године преко 935 милиона.

У истом периоду туризам је бележио експанзију у међународним размерама. Просечна годишња стопа раста у периоду између 1950. и 1960. године износила је 10,9%. Та стопа се до 1965. године одржала на нивоу од 10,2%, а затим је у дугом временском периоду била на нивоу између 5 и 6%. Процене Светске туристичке организације показују да би у периоду до 2020. године просечна годишња стопа раста требало да износи 4,1%. У односу на друге секторе светске економије, дакле, туризам бележи сталне стопе раста, тако да је 2012. године први пут број страних посетилаца премашио 1 милијарду.

Једну од најзначајнијих тенденција, у савременој светској привреди, представља растуће учешће услужног сектора у формирању друштвеног производа, пре свега развијених тржишних привреда. У привреди појединих земаља чланица ОЕСД услужни сектор обухвата више од 60% укупне привредне активности. Као део услужне економије, туризам, учествује у друштвеном бруто производу света са око 10%. Посредством туризма се реализује преко 6% вредности укупног извоза у свету и око 30% светске трговине услугама (www.unwto.org).

Туризам је на четвртом месту по учешћу у међународном промету робе и услуга, иза промета нафте и нафтних деривата, производа хемијске индустрије и

аутомобила. Туризам, при томе, представља једну од пет најважнијих извозних делатности у 83% земаља света и главни је извор девизне зараде у 38% земаља света (www.unwto.org).

Захваљујући наведеним развојним трендовима туризам се сврстао међу најдинамичније и најпропулзивније привредне делатности са изузетно значајним мултипликативним економским ефектима (Kaspar, 1967).

Развојни трендови у светском туризму су везани и за промену у учешћу традиционалних и нових туристичких дестинација у оствареном туристичком промету. Европа има важну улогу у светском туризму јер је најпосећенија туристичка регија у 2010. години са 527 милиона туриста или 52% укупног броја туриста. Азију и Пацифик посећује 195 милиона (19%), а Америку 190 милиона туриста (18%). Најмање туриста посећује Африку (47 милиона или 5%), Блиски исток (36 милиона или 3,5%) и Јужну Азију (11 милиона или 1,5%) (www.untwo.org/facts).

Анализа водећих традиционалних туристичких дестинација (САД, Канада, Италија, Француска, Швајцарска, Ирска, Аустралија, Шпанија, Немачка, Велика Британија) показује да су смањиле своје учешће у укупном туристичком промету са 87% у 1950. на 47% у 2004. години (Стратегија развоја туризма Србије, 2005.-2015.). То указује на чињеницу да број нових туристичких дестинација расте из године у годину. Тако се у 2011. години, у десет најпосећенијих дестинација у свету, убрајају и Турска, Кина и Малезија (WTO, 2010).

Према дугорочним предвиђањима WTO до 2020. године, три велике светске регије биће: Европа (717 милиона туриста), Азија и Пацифик (397 милиона туриста) и САД (282 милиона туриста). Међутим, очекује се пад удела Европе у укупном броју туриста на 46% и пораст броја туриста у азијско-пацифичком делу на 25% укупног броја туриста у свету. У оквиру Европе очекује се да ће регије Централне и Источне Европе расти брже од регија Западне Европе (График 1).

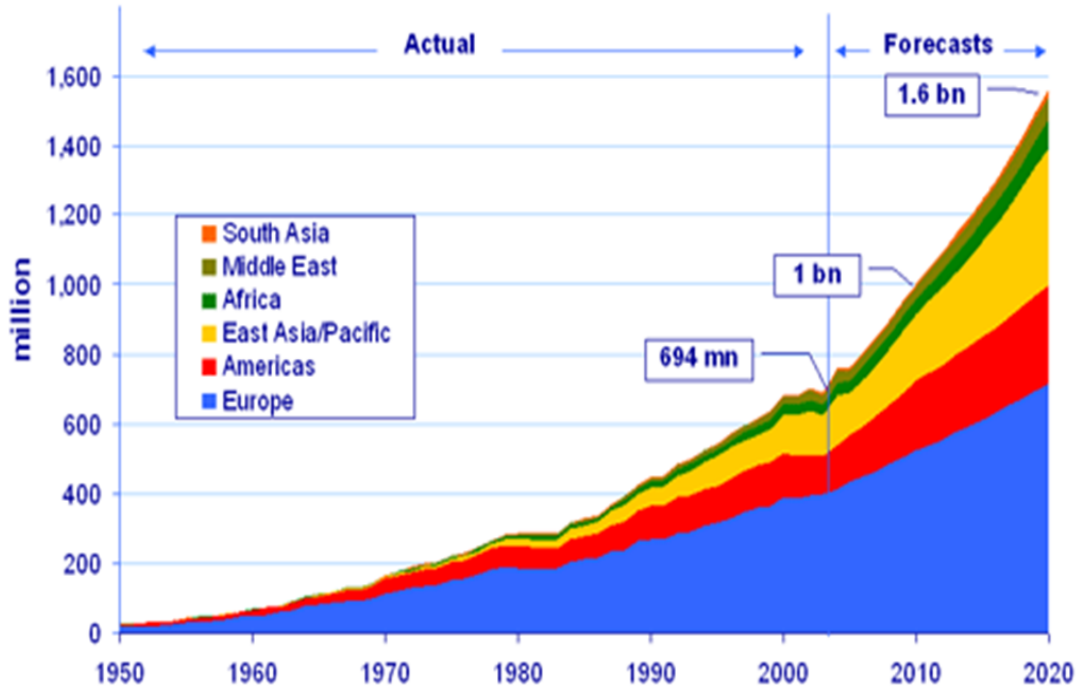


График 1: Посећеност најзначајнијих светских регија до 2020. године
 Извор: Tourism 2020 Vision, <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

Ако се анализирају савремене тенденције у туризму Србије уочава се присуство разноврсне атракцијске структуре за коју нису развијени адекватни туристички производи (Стратегија развоја туризма Србије, 2005.-2015.). Иницијална туристичка понуда у Србији је обликована пре двадесет и више година. Туристичка супраструктура је створена за потребе домаћег туристичког тржишта, а нарочито социјалног, омладинског и дечјег туризма, због усмерености националног туристичког развоја ка јадранском туризму у бившој Југославији.

У Стратегији регионалног развоја Републике Србије се процењује да сектор туризма и с њим повезане активности могу да формирају 2,5% националног бруто производа и 5 – 6% укупне запослености.

С обзиром на све диверсификованији развој светског туризма, Светска туристичка организација је дефинисала осам кључних фактора које треба да испуне нове дестинације (нове земље Европске Уније укључујући и Србију): политичка жеља и подршка развоју туризма, институционални правни оквир, инвестиције, развој свих врста транспорта, интеграције, промоција и комерцијализација, квалитет и јавно и приватно партнерство (Стратегија развоја туризма Србије, Први фазни извештај, 2005).

1.2.1. Концепт одрживог развоја и развој туризма

Концепт одрживог развоја¹ значи планирање и вођење туризма на начин који доприноси квалитету живота локалног становништва и заштити природног и културног окружења.

Убрзани развој туризма у другој половини прошлог века значајно је деградирао расположиве природне и антропогене вредности релевантне за његов развој. Даљи тренд раста експлоатације туристичких потенцијала би довео до смањења њиховог квалитета и немогућности дугорочног коришћења (WTO, 1993. 2004; Спасојевић, 2006).

У односу на одрживи развој поједини облици туризма су одрживији у односу на друге облике. У том погледу, истиче се разлика између масовног приморског туризма и екотуризма, при чему се за масовни туризам сматра да није компатибилан са одрживим развојем, док се екотуризам сматра обликом туризма који у потпуности одговара принципима одрживог развоја. Међутим, све туристичке активности треба да имају за циљ одрживост (Wood, 2002). Због тога развој концепта одрживог туризма полази од четири основна приступа (Clarke, 1997, стр. 224-233):

- апсолутна супротност према којој су масовни и одрживи туризам два супротна концепта развоја туризма,
- континуитет што значи да масовни и одрживи туризам садрже карактеристике које би се у одређеном тренутку могле објединити,
- покрет који представља позитивну активност која доприноси да масовни туризам буде одржив и
- међусобна приближавања према коме сви облици туризма теже одрживости.

Овакав начин посматрања туризма довео је до дефинисања "фундаменталних истина о туризму" које приказују узроке и природу утицаја туризма на окружење (McKercher, 1993):

- Туризам троши ресурсе, ствара отпад и има посебне потребе за инфраструктуром,
- Туризам, као делатност зависна од ресурса, мора конкурисати за ретке ресурсе да би обезбедила свој опстанак,

¹ Концепт одрживог развоја представља развој који задовољава потребе садашње генерације без угрожавања способности будућих генерација да задовоље сопствене потребе. Овај концепт је дефинисан 1987. године у документу "Наша заједничка будућност".

- Туризам је делатност у којој доминира приватни сектор и у којој су инвестиционе одлуке засноване на максимизирању профита,
- Туризам је вишезначна делатност и скоро ју је немогуће контролисати,
- Туристи су потрошачи а не антрополози,
- Туризам је забава и
- Туризам за разлику од индустријских активности ствара приход пружањем услуга док су резултати индустријских активности готови производи.

Посебан проблем у дефинисању места и улоге туризма у друштвено-економском развоју, као и утицаја целокупне туристичке привреде имају тзв. друштвени трошкови туризма. Основно правило које треба поштовати у вези са друштвеним трошковима јесте да сви трошкови у оквиру туризма морају бити покривени приходима од стране оних који непосредно или посредно проузрокују те трошкове. Суштина правичне размене састоји су равномерном распоређивању прихода и расхода између туриста и домаћег становништва посебно у вези да друштвеним трошковима развоја туризма.

Дивергентни утицаји туризма (економски, просторни и социо-културни) захтевају да туристичке дестинације воде рачуна о максималним могућностима (просторним и осталим) за задовољавање потреба, захтева и жеља туриста. Имајући у виду да је простор основни део туристичког производа дестинације треба га заштити од последица превелике концентрације туриста или претеране изградње. Примена концепта одрживог развоја туризма посебно је везана за концепт тзв. носивог капацитета који подразумева дефинисање граница развоја у односу на различите критеријуме.

Међутим, тешкоћа успостављања система контроле развоја туризма у кратком и у дугом року, као и немогућност успостављања контроле над целим процесом, битно угрожава могућност сврсисходне примене концепта одрживог развоја (Bulter, 2010).

1.2.2. Нови правци развоја туризма

Масовни туризам је био доминирајући облик тражње за туристичким производима од краја другог светског рата до осамдесетих година прошлог века. Крајем осамдесетих година почиње тренд смањења тражње за масовним туризмом и

појава нових облика тражње за туристичким производима под утицајем следећих друштвених промена (Ecorys SCS Group, 2009):

- Глобализацији, која је захваљујући технолошким променама, либерализацији у промету роба и услуга и повећаној мобилности људи учинила цео свет доступним,
- Демографским променама, које показују да у 2020. години око 20% европске популације ће бити старије од 65 година. Овај део становништва ће имати значајну куповну моћ и више слободног времена за путовања. Такође, број домаћинстава са једном или две особе ће се повећати.
- Приступу информацијама који значи да су компјутерска технологија, Интернет претраживачи, мобилни телефони, глобални позициони системи и дигитална телевизија променили начин на који се комуницира, прикупљају информације и дистрибуирају производи и услуге.
- Економији искуства која показује да у ери у којој постоји изобиље понуде, потрошачи су у потрази за другим факторима на којима би могли засновати избор.
- Прилагођавање, односно, фокус на "ја" као конкретну особу ће се повећати. Потрошачи траже решења по мери која одговарају њиховој личности.
- Одрживости која значи да се забринутост због климатских промена, загађења животне средине и социјалног благостања, претвара у повећану тражњу у оквиру еколошки, друштвено и економски одговорне потрошње.
- Здравље и wellness се јављају као слободно-временске активности. Граница између wellness и стила живота, с једне стране, и здравствене заштите, с друге стране, постаје све нејаснија.
- Пословним моделима заснованим на ниским трошковима који све више продиру на тржиште свдећи производе и услуге на њихове најосновније компоненте. Под утицајем ових друштвених промена нови потрошачи постају софистицирани, еколошки савесни и траже различите туристичке производе обогаћене специјалним програмима. Остале очекиване промене у светском туризму су: смањење трошкова путовања, скраћивање дужине боравка, промене у начину резервисања одмора (Интернет), промене у мотивима путовања и нови производи као и начини промоције (Стратегија развоја туризма РС, Први фазни извештај, 2005).

Такође, развија се нови концепт алтернативни туризам који се базира на принципима одрживог развоја. Алтернативни туризам представља облик туризма "...између масовног и постмодерног туризма у том смислу да се прелази из задовољења потреба по сваку цену, у задовољење потреба које носе обележја изграђене туристичке културе" (Миленковић, 2007, стр. 14-16) (График 2).

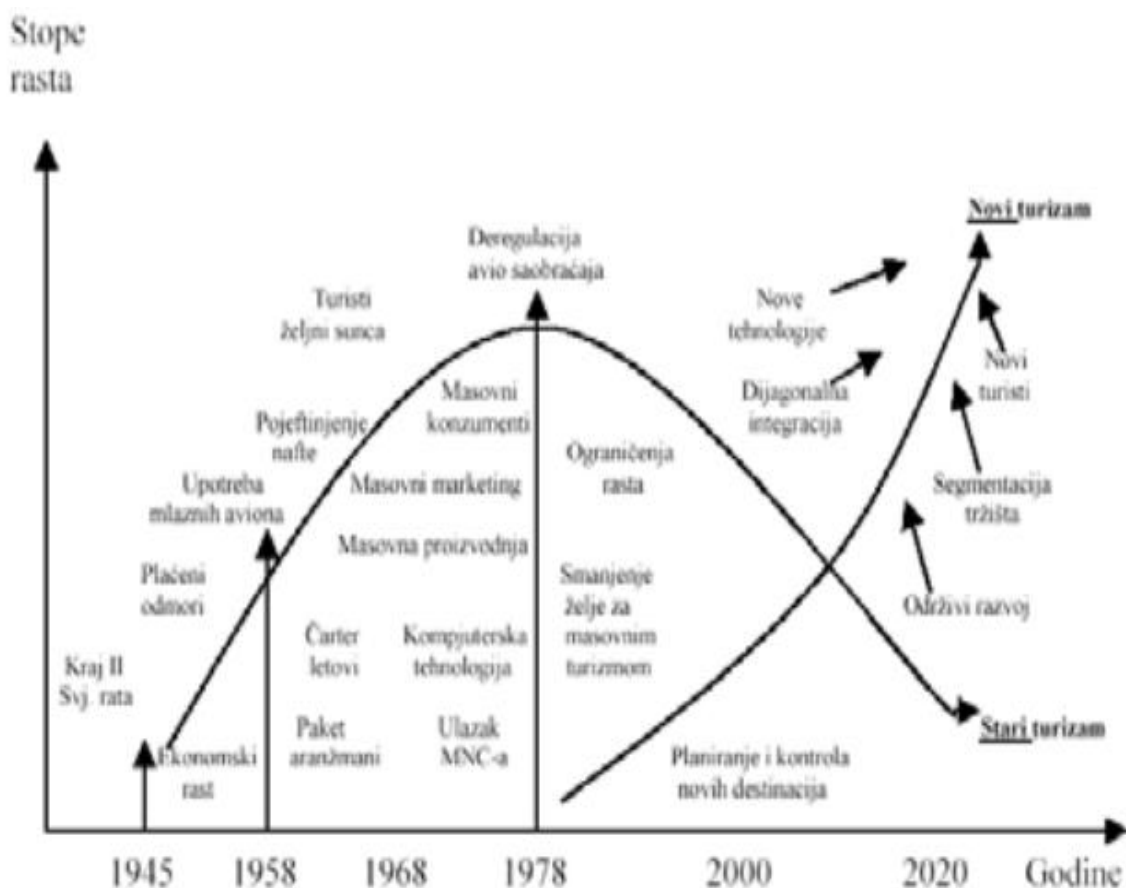


График 2: Животни циклус туризма

Извор: Poon, A. 1993. Tourism, Tehnology and Competitive Strategies, Wallingford: CAB International, p.12.

У глобалним туристичким токовима, у наредним годинама, јавиће се три основна правца. То су туристичка кретања према топлим морима, планинским туристичким центрима и великим градовима. Бројне анализе указују да ће кретања према планинским туристичким центрима и великим градовима брже расти од оних према топлим морима, то јест може се "...предвидети да ће се у оквиру ова три најважнија сегмента догађати структурне промене: спорији раст туристичког промета који је усмерен према топлим морима (изузев Медитерана и Кариба), а брз раст туристичког промета усмереног према планинским туристичким центрима и великим

градовима, који спајају туристичке, пословне и културне садржаје" (Черовић, 2002, стр. 32).

На туристичку тражњу ће утицати следећи мегатрендови (UNWTO, 1998):

- Еко-туризам који се од једне базе "еколошки и социјално одговорног путовања" проширио на "путовања са природном компонентом".
- Културни туризам у вези са којим WTO диференцира избор између малих тржишних ниша са специјалним интересовањем и велике групе која посету културним споменицима укључује у свој програм одмора који иначе има другачије тежиште.
- Тематски туризам који је усмерен на специфична интересовања и представља релативно мало тржиште. Фокусиран је на три велика "Е"- Entertainment, Excitement, Education (забава, узбуђење, образовање).
- Авантуристички туризам представља малу али растућу тржишну нишу. Овај сегмент обухвата интересовање за истраживање врхова планина, дубине мора, итд.
- Крстарења која пружају могућност да се у одређеном времену види више дестинација на савременим крузерима.

Савремена тражња ће се, под утицајем наведених мегатрендова, усмеравати ка такозваном "6Е" туризму који пружа искуство, узбуђење, бекство, едуковање, забаву и екологију (experience, excitement, escape, education, entertainment, ecology).

1.3. Планински туризам у структури савремених туристичких кретања

Планински туризам се јавља почетком деветнаестог века када су филозофи, песници и сликари у планинама пронашли неку врсту стваралачког раја.

Планине са јединственим атракцијама и условима погодним за алпинизам, планинарење и скијање се могу успешно развијати за потребе планинског туризма.

Најстарији и најпознатији планински туристички центри развили су се у Европи и Северној Америци. Почетком осамнаестог века Алпи су неизбежно место које посећује Енглеска аристократија у оквиру "Grand Tour" путовања, а и касније у доба Томаса Кука, оснивача прве туристичке агенције. Планински центри развијају се

касније и у другим деловима света, као што су Јужна Америка, Источна Азија, Аустралија и друге земље.

Планински туризам омогућио је развој летњег и зимског туризма на подручјима која су демографски угрожена и немају других развојних могућности или су њихове развојне могућности ограничене.

Међутим, прави развој планинског туризма почео је педесетих година прошлог века. Најбрже се развијао у Европи у периоду од 1955. до 1965. године и у САД од 1965. до 1975. године када је грађено и по 250 жичара годишње.

Туристички промет зимског туризма износи 65 – 70 милиона туриста годишње од чега је 20 милиона туриста из Северне Америке, 14 милиона из Јапана и око 25 милиона из Европе. Планински туризам представља 12 – 20% светског туризма и остварује 70 – 90\$ билиона годишње (www.uneptie.org).

Најпосећеније дестинације планинског туризма су у Северној Америци, Јапану и Француској. Француска, Северна Америка, Јапан и Аустрија располажу са највећим бројем ски лифтова што је утицало на њихову посећеност (Табела 3).

Мотиви за развој планинског туризма огледају се и у предностима превоза жичарама које су еколошки најприхватљивије, заузимају најмање простора и загађују околину уз минималне екстерне трошкове. Прве жичаре за превоз скијаша су изграђене у периоду од 1933. до 1938. године у Швајцарској, Аустрији и Француској.

Табела 3: Посећеност планина и број ски-лифтова у свету

Земље	Број посетилаца (милиони)	%	Број ски-лифтова	%
Северна Америка	76	20	3644	14
Јапан	75	19	3600	14
Француска	56	14	4143	16
Аустрија	43	11	3473	14
Италија	37	9	2854	11
Швајцарска	31	8	1762	7
Скандинавија	22	6	1860	7
Немачка	20	5	1670	6
Аустралија	4	1	203	1
Остали део света	26	7	2605	10
Укупно	390	100	25815	100

Извор: Hudson (2000) in World Wide destinations Case book, p.g. 79, Boniface, B.&Cooper, C. (2009)

Познате дестинације планинског туризма су Zell am See–Kaprun, Schladming и Grossglockner у Аустрији, Les Trois Vallees, Val Thorens, Chamonix, Serre Chevalier и Pas de la Casa у Француској, Garmisch-Partenkirchen у Немачкој, St. Moritz и Gstaad у Швајцарској, Borovets у Бугарској, Mt. Fuji у Јапану и друге.

1.3.1. *Одлике планинског туризма у свету*

Преокрети у развоју планинског туризма су везани за откривање планина као потенцијалних туристичких дестинација, за развој летњег туризма на планинама и скијање као водећу активност планинског туризма током зиме.

Планине се развијају у правцу спортско-рекреативних подручја за задовољавање потреба за физичким активностима и као планинско-туристички центри са смештајним капацитетима који заокружују туристички производ.

Посебни трендови који су утицали на развој планинског туризма на међународним планинским дестинацијама су (Dwyer et al., 2008):

- јединствени туристички производи за летњу сезону,
- развој алтернативних зимских туристичких производа поред скијања,
- професионални, атрактивни садржаји након скијања,
- повећање просечне ширине скијашких стаза како би оне биле атрактивне за скијаше који поседују carving скије,
- здрав живот и wellness активности на планини,
- маркетиншке активности планине у смеру "Планина ми даје снагу",
- летње атракције на врху планине у сврху повећања броја људи који користе вертикални транспорт током летњих месеци,
- специјализација планинских центара како би се остварила предност над конкурентима (нпр. планински центри намењени деци, луксузни планински центри),
- унапређење квалитета у погледу туристичког hardware (хотели) и software (квалитет услуга) и
- прављење вештачког снега.

Од средине осамдесетих година прошлог века долази до значајне промене на планинским дестинацијама у вези са сезонском дистрибуцијом туристичких

активности. Летњи туризам представља 87,5% укупних међународних долазака на европском туристичком тржишту, док зимски туризам представља 12,5%. Стопа раста летњег туризма у Европи је износила око 30%, док се стопа раста зимског туризма кретала на нивоу око 19% (Стратегија развоја туризма РС, Први фазни извештај, 2005).

Активности зимског туризма су алпско скијање, snowboarding, санкање, нордијско и телемарк скијање, а активности летњег туризма су: wellness, планинарење, пешачење и активности у природи, бициклизам, параглидинг, змајарење, јахање и друге активности.

Иако постоји већи број активности у две сеозне, планински туризам се суочава са одређеним проблемима међу којима се издвајају:

- глобално загревање које утиче на смањење зимског покривача, повлачење глечера, вечитог леда и екстремне падавине. Према резултатима истраживања само скијалишта изнад 2.000 м ће моћи да остварују профитабилност минимално 100 дана од почетка зимске сезоне, уз ризик повећања температуре од 2 до 4°C (snowmountain.unwto.org) и
- конкурентност током целе године, због чега су идентификовани кључни фактори успеха за дугорочнији развој планинских дестинација: одрживост, иновација и приступачност (snowmountain.unwto.org).

Сем тога, многи планински региони у свету су у зонама конфликта између држава или међуетничких конфликта (Кашмир, Босна и Херцеговина, итд.).

1.3.2. *Одлике планинског туризма у Србији*

Планински туризам је савремени туристички производ Србије, поред бања са климатским лечилиштима и градских центара. Развој планинског туризма могуће је пратити кроз пет фаза (Крунић et al., 2010):

- иницијално-спорадична фаза – од 1901. године до Другог светског рата, коју карактерише почетак истраживања и развоја туризма, оснивање "Српског планинарског друштва" и др;
- припремно-развојна фаза – од краја Другог светског рата до 1968. године, која прати интензивирање општих токова развоја (индустријализације);

- развојна (студијско-планска) фаза – од 1968. до 1990. године, која започиње припремама Србије за развој савременог планинског туризма у сарадњи са ОЕCD-ом ("Студија о могућностима развоја зимског туризма у Југославији");
- фаза кризе – од 1990. до 2007. године, коју услед распада СФРЈ, ратних догађања и одсуства економске и социјалне стабилности током прилагођавања тржишној привреди, прати заустављање иначе спорих процеса развоја туризма и повезивања са локалном пољопривредом, подстицања развоја комплементарних активности и подршке заштити природног наслеђа и животне средине и
- фаза постепеног опоравка – од 2007. године, са интензивирањем државног улагања на формирање јавних скијалишта и др., али још увек без недовољне усклађености планске регулативе просторног развоја туризма (Дабић et al., 2009).

У основи, планине Србије су излетничко-рекреативне, спортско-манifestационе, културно-манifestационе, здравствено-лечилишне, национални паркови, паркови природе, ловишта, меморијали и секундарна боравишта (Станковић, 2002). На многим планинама је више развијен излетнички него стационирани туризам јер висинска структура рељефа Србије не погодује развоју изразито високопланинског туризма дуге зимско-спортске сезоне. Србија је изразито континентална земља у којој је просечна надморска висина 470 м. Копаоник и Стара планина премашују 2.000 м, а Шар-планина и Проклетије 2.600 м.

Експанзија туристичке посећености планина почиње од 1957. године када је учешће планинских дестинација у посећености туристичких места износило 6,54%. Почетком седамдесетих година износи преко 10%, а почетком деведесетих преко 20%.

Планинске дестинације учествују у посећености туристичких места Србије са 23%. Најпосећеније су бање (31%) и административни центри: Београд и Нови Сад (24%). Остали градови учествују у посећености са 19%.

Према евиденцији Републичког завода за статистику туристички промет се евидентира на 15 планинских дестинација у Србији. Најпосећеније планине су: Златибор, Копаоник и Тара. Ове три планине учествују у посећености планинских дестинација са 60%. Највећи број ски-лифтова се налази на Копаонику и Старој планини (Табела 4).

Табела 4: Туристички промет и број ски лифтова на планинским дестинација у Србији у 2011. години

Планинска места	Број туриста	%	Број ски-лифтова	%
Златибор	601.564	30,2	2	4,7
Копаоник	336.409	16,88	13	7
Тара	253.796	12,74	3	7
Дивчибаре	159.297	8	1	2,3
Ивањица	102.511	5,15		
Рудник	71.883	3,61		
Мокра Гора	34.968	1,76	2	4,7
Златар	21.113	1,06	1	2,3
Иришки венац	19.015	0,95		
Црни врх	16.963	0,85		
Рајац	15.908	0,8		
Брус	11.614	0,58		
Авала	10.007	0,5		
Ртањ	7.767	0,39		
Мајданпек	7.211	0,36		
Јастребац	3.770	0,19		
Стара планина			5	11,6
Остале дестинације	318.441	15,98	16	37
Укупно	1.992.237	100	43	100

Извор: Општине и региони у Републици Србији, 2012. Републички завод за статистику; <http://www.skijanje.rs/ski-centri/srbija>

Према Стратегији развоја туризма главне планинске дестинације у Србији су: Копаоник, Стара планина, Дивчибаре, Златибор и Тара. Мастер планови развоја туризма су израђени за Голију, Власину, Бесну Кобилу и Стиг-Кучајске планине-Бељаница.

Копаоник је највећи планински масив у Србији који се пружа у правцу СЗ-ЈИ на површини од око 2750 км². На подручју Копаоника се налази Национални парк Копаоник проглашен 1981. године као један од најзначајнијих центара биодиверзитета

ендемичне флоре Србије. Највећи део НП простире се на територији општина Брус и Рашка. Копаоник се налази на удаљености од Београда 260 км, Ниша 118 км и Приштине 150 км.

Највећи број смештајних капацитета је на Сувом Рудишту (2.277 лежаја). Највећи број хотелских објеката је у категорији 3* (44%), док је учешће хотелских објеката са 4* 23%. На локацији Брзеће налази се 315 категорисаних лежајева, а на Сребрнцу 168 лежајева (Мастер план за туристичку дестинацију Копаоник, 2009).

На Копаонику се налази око 55 км стаза уређених за алпско скијање и 12 км стаза за нордијско скијање. Капацитет жичаре је преко 32.000 скијаша на сат.

Стара планина је планински масив у источном делу Србије који се пружа у правцу СЗ-ЈИ са највишим врхом Миџор (2169 м). Простире се на подручју општина Зајечар, Књажевац, Пирот и Димитровград укупне површине 3985 км². Стара планина је удаљена од Београда око 330 км, Софије 120 км и Ниша 70 км.

На подручју Старе планине постоје различите врсте смештаја као што су мотели, аутокамп, одмаралиште, гарни хотел, ловачки дом и домаћинства. Укупан број лежаја у овим врстама смештаја износи 1.675 (План развоја туризма на Старој планини, 2007).

Капацитет скијалишта "Бабин зуб" на овој планини је 1.400 скијаша на сат а ски лифта-сидро 1.200, док скијалиште "Јабучко равниште" располаже са гондолом.

Планински центар Дивчибаре налази се у централном делу Маљена, југоисточно од Ваљева, на надморској висини од 980 м. Удаљеност од Ваљева је 38 км а од Београда 100 км. Укупан број лежајева у насељу Дивчибаре је 1.937, а у приватном категорисаном смештају 435 лежајева (Студија оправданости проглашења туристичког подручја Дивчибаре, 2011).

На овој планини се налази ски стаза "Црни врх" која је капацитета 700 скијаша на сат.

Голија се налази у југозападном делу Србије и пружа се у дужини од 52 км са највишим врхом Јанков камен (1834 м). Подручје Голије припада општинама Ивањица, Сјеница, Нови Пазар, Рашка и Краљево. Од 2001. године подручје планина Голије и Радочела стављено је под заштиту као Парк природе "Голија". Голија је удаљена од Београда 214 км.

На територији Парка природе "Голија" налази се око 300 регистрованих лежајева и око 1000 лежајева у сеоским домаћинствима (Мастер план развоја туризма

на Голији, 2007). На Голији зима траје четири месеца што погодује развоју зимског туризма.

Поред потенцијала за развој планинског туризма у Србији, јављају се и ограничавајући фактори развоја: недовољна саобраћајна повезаност појединих планина, одсуство традиције, иселјавање сеоског становништва и економска заосталост планинских простора (Станковић, 2002).

Уз угроженост планина која је везана за претерану сечу шума, ерозију, непланску изградњу објеката, сатурацију туриста и других активности на малом простору, јављају се глобални проблеми (сушење шума, промена водног и топлотног биланса), као и низ локалних проблема (Станковић, 1980).

1.3.3. Планински туризам у Златиборском округу

Златиборски округ заузима југозападни део Републике Србије. Од већих природно-географских целина које доминирају округом и утичу на повољност његовог положаја су планине: Златибор, Тара, Златар и Мокра Гора.

Златибор је од давнина помињан по лековитости у српској штампи. Трговински гласник 1892. године извештава: "Златибор је врло здраво место. Овамо долазе рековалесценти који су наклоњени и пате од разних плућних болести. Њих упућују лекари и многима добро чини... И за потпуно здраве добро је овамо провести извесно време на чистом ваздуху јер човек се чисто препороди и осећа се много лакше и веселије кад неко време овамо проведе. Што је најнеугодније и најнеудесније то је: у самом Златибору нема нигде какве куће нити грађевине, да човек може ноћивати, од кише се склонити, осим колиба што су код трговачких целата, али оне су само за момке трговачке" (Ђенић, 2009).

Организовани развој туризма на Златибору је почео 1893. године када је на овој планини боравио краљ Александар Обреновић и подржао захтев мештана у формирању ваздушне бање и изградње хотела "Краљеве воде" и виле "Чигота". За развој туризма на Златибору посебно је значајан сарајевски трговац Никола Селак који је под Торником подигао прву колибу.

Даљи развој туризма везан је за долазак Петра I Карађорђевића на Златибор 1908. године. Приликом његове посете изграђени су први туристички објекти: хотел "Краљева вода" (данас је то ресторан "Србија"), вила "Чигота" и пекара. Изградњом

ових објеката почиње развој монденског туризма, као и градња летњиковаца. После Првог светског рата подигнута је вила "Београд", као и већи број кућа за летњи и зимски одмор.

Рибница је једно од првих златиборских села која су почела да се баве туризмом. Ужички адвокат Алекса Поповић је 1905. године поставио темеље туристичког насеља на Златибору. Акционарско друштво "Златибор"² је 1922. године изградило 35 дрвених колиба, летње купатило и парну стругару која је требало да буде главни извор финансирања летовалишта. Тридесетих година прошлог века су у Рибници боравили туристи из Енглеске и Чешке. На Црном Рзаву код Рибнице је 1971. године подигнута брана, где је направљено Рибничко вештачко језеро за снабдевање Краљевих Вода и Чајетине пијаћом водом.

За развој туризма на Оку заслужан је прота Радосав Симић. Он је у Првом светском рату, у Француским Алпима, био свештеник у избегличкој колони. На примеру алпског туризма намеравао је да исти развије на Златибору. Двадесетих година прошлог века је изабрао ливаду око извора Око, коју народ сматра лековитом за вид, да би ту подигао спомен-чесму ратницима, а затим и излетиште. Како се на Златибору већ почео развијати здравствени туризам, прота је тражио да се колоније болесних одвоје од дечијих и туристичких насеља. Тако се на Оку 1932. године отвара "колонија здравих" са летњим купатилом са два базена, тушевима, објектима, плажом и рибњаком. Дечије одмаралиште је завршено 1932. године. После Другог светског рата Око је запуштено.

Највећи број објеката на Златибору је изграђен између два светска рата на локалитетима Краљеве Воде и Палисад, поред Рибнице и Ока (Ђенић, 2009). Развоју туризма допринело је и пресецање пута од Ужица ка Чајетини, као и пута од Чајетине ка Кокином Броду. Пруга од Београда до Бара са златиборском деоницом се користи од 1975. године.

Шездесетих година двадесетог века је изграђен хотел "Палисад" и Специјализовано лечилиште за хипертиреозу. Друштвено-економски проблеми у привредном развоју деведесетих година утицали су на мања улагања у смештајну инфраструктуру. Због тога је тек почетком двадесетпрвог века дошло до изградње нових и модернизације постојећих капацитета, пре свега у приватном власништву.

² Основано у Ужицу 1921. године са циљем унапређења и развоја Рибнице

Организован развој туризма на планини Тари траје 101 годину и везује се за боравак књижевника Милована Глишића који се на Тари опорављао. Јосиф Панчић је први уочио и доказао природне особености Таре. Он је са својим студентима од 1875. године на Тари изводио теренска испитивања.

Прве смештајне капацитете, између два светска рата, који су се звали Станови подигао је игуман манастира Раче Захарије Милекић. Станови су имали 60 лежајева у три објекта до којих се долазило возом до железничке станице у Кремнима, а даље се ишло коњском запрегом.

У развоју туризма на Тари велику улогу је имао и познати привредник Србије са почетка двадесетог века инжењер Милош Савчић. Он је за рачун Прометне банке изградио прву жичару и прву шумску железницу ради експлоатације дрвета која се користи од 1908. године. На Тару је довео значајне људе из Београда који су после Првог светског рата саградили куће за летњи одмор-летњиковце.

Изградњом железничке пруге Ужице–Вишеград, 1925. године, Тара постаје све више туристичко, климатско место. 1935. године је завршен пут који је повезивао Тару са Пљевљима и Ужичким крајем, а 1939. године пут Кремна–Калуђерске Баре.

Прву државну установу за развој туризма подигло је Министарство народног здравља 1928. године. Првобитно је била намењена за санаторијум и лечење плућних болесника. Тара је позната као климатско и туристичко место већ од 1932., а 1934. године, на локалитету Шљивовица, изграђен је дечји санаторијум.

До почетка Другог светског рата изграђена је и пратећа инфраструктура и 20 вила на локацијама на Калуђерским Барама, Митровцу, Секулић-Води и Шљивовици.

У Другом светском рату туристички објекти су тешко оштећени. Бугарска казнена експедиција је у септембру 1943. године запалила највећи број вила, летњиковаца и сточарских колиба.

После Другог светског рата на Тари се врши интензивна експлоатација дрвета, а Митровац је центар за сечу шуме. На Митровцу су подигнуте дрвене куће у планинском стилу за смештај радника, које су касније уступљене за изградњу дечијег одмаралишта.

Први наменски објекат за развој туризма био је Туристички дом у Рачанској Шљивовици 1956. године, направљен од дрвета и у планинском стилу.

Мотел "Оморика" на Калуђерским Барама отворен је 1962. године, а од 1977. године Војна установа "Тара" гради хотел "Оморику" са депадансом "Јавор", хотел "Бели Бор" и мотел "Јеремичак".

Да је планински ваздух на Златару лековит знало се још у давној прошлости где су своје настамбе градили стари Грци и Римљани, а касније су боравили и чланови краљевске лозе Немањића.

Развој туризма на Златару од шездесетих година двадесетог века се одвијао паралелно са убрзаним развојем Нове Вароши. Прву научну потврду лековитости ваздуха Златар је добио тек пре три деценије када је на препоруку здравствених радника саграђен Завод за превенцију, лечење и рехабилитацију кардиоваскуларних обољења "Златар". Даљем развоју Златара допринело је отварање хотела "Панорама" 1969. године.

Развоју туризма на Мокрој Гори допринела је ревитализација железничке пруге "Шарганска осмица" и изградња Дрвенграда.

Пројектовање трасе "Шарганске пруге" отпочело је 1903. године. Пруга је од Сталаћа до Ужица изграђена 1912. године. Краљ Александар Први Карађорђевић је изградио пругу Ужице-Вардиште између 1921. и 1925. године. Пруга је укинута 1974. године, али је 1999. године започета обнова дела трасе у станици Витаси (Кремна) до Мокре Горе.

"Шарганска осмица" је ревитализована као музејска пруга са возним средствима и станичним објектима 2004. године.

Познати филмски режисер, Емир Кустурица је на "Шарганској осмици" снимио филм "Живот је чудо". За потребе овог филма је 2004. године је саграђен Дрвенград у коме се налази хотел "Мећавник".

2. АТРАКЦИЈЕ КАО ОСНОВА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ ПЛАНИНСКИХ ДЕСТИНАЦИЈА ЗЛАТИБОРСКОГ ОКРУГА

2.1. Ресурсна основа планинских дестинација

Туристичка теорија дефинише различит број елемената дестинације, али већина теоретичара сматра да постоји одређена група основних елемената без којих дестинација не може да постоји. Према Kripendorfu (1986) то су производни елементи као елементи који представљају опште претпоставке за развој туристичке дестинације (географски положај, клима, вегетација и сл.), чиниоци људског понашања и егзистенције (језик, менталитет, гостропримство, култура, фолклор и сл.) и општа инфраструктура (саобраћајна повезаност, структура насеља, комунална опремљеност) и елементи који дају специфични туристички садржај дестинације (туристички капацитети и посебни инфраструктурни садржаји за потребе туризма, информисање, забавни и рекреативни садржаји и сл.).

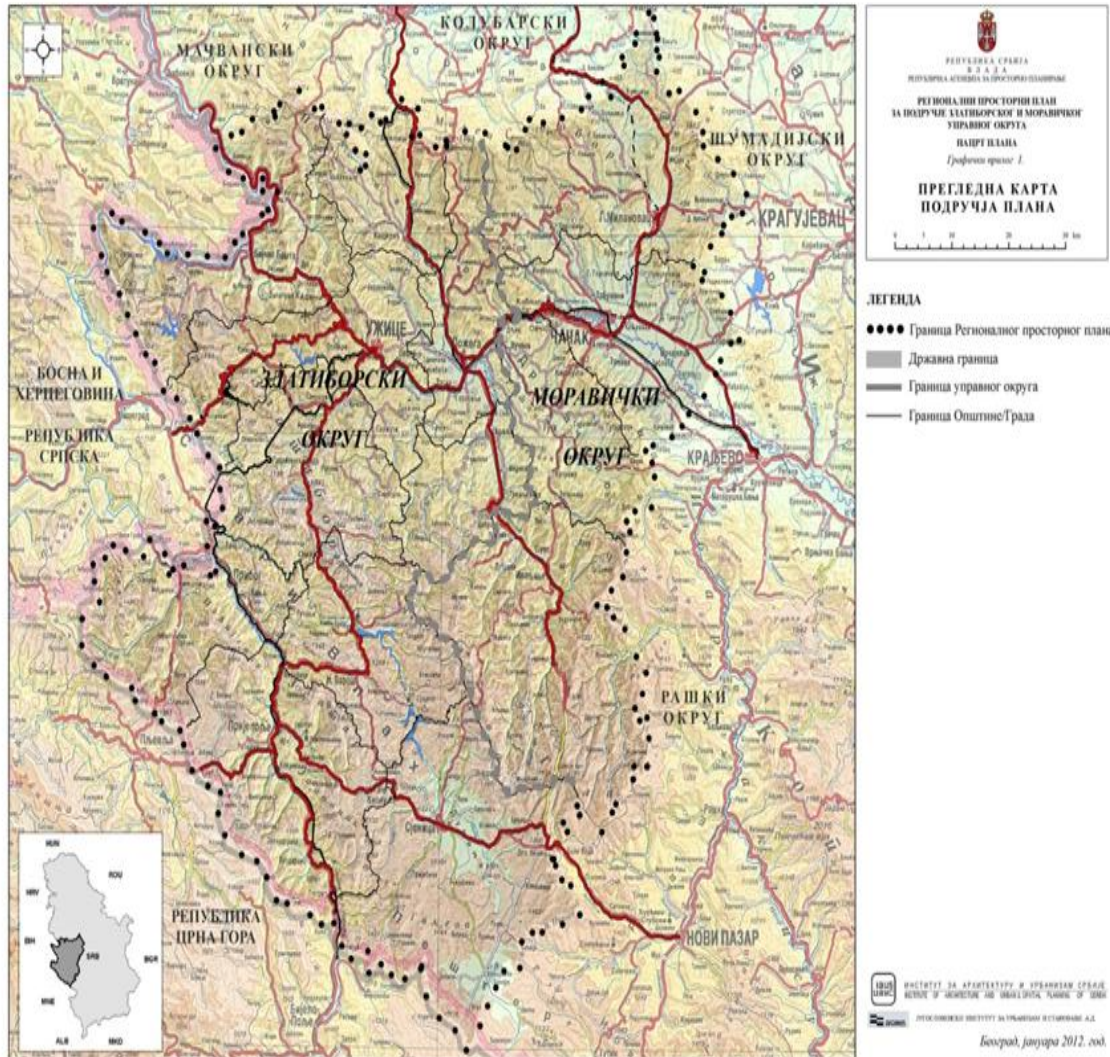
Елементи туристичке дестинације се могу посматрати и као примарни (клима, еколошке карактеристике, културна баштина и традиционална архитектура) и као секундарни елементи који су уведени за потребе туриста (хотели, ресторани, саобраћај, рекреативни и забавни садржаји). Примарни елементи се користе без накнаде, док је развој туристичке понуде везан за секундарне елементе у туристичкој дестинацији чије коришћење туристи плаћају.

2.1.1. Туристичко-географски положај планинских дестинација Златиборског округа

Туристичко-географски положај спада у групу производних или примарних елемената туристичке дестинације који утиче на њену доступност (приступачност).

Туристичко-географски положај Златиборског округа показује да се округ простире од Маљена, Повлена и Букова, које га на северу одвајају од Подриња и Колубаре, пружа на југ до Камене горе, Мрког врха и Лисе (Црна Гора), на југозападу до Златара и Јадовика и Голије на југоистоку. На западу границу округа прати републичка граница са Федерацијом Босном и Херцеговином, а на југозападу

републичка граница са Црном Гором. Удаљеност од аутопута Е-75 износи 200 км, док је удаљеност од цивилног аеродрома "Никола Тесла" у Београду 240 км.



Карта 1: Просторни план Златиборског округа

Извор: <http://www.rapp.gov.rs/sr-latn-cs/regionalni-prostorni-planovi/cid309-83232/regionalni-prostorni-plan-za-područje-zlatiborskog-i-moravičkog-okruga>

Сам туристичко-географски положај појединих планина у Златиборском округу је различит. Тако се Златибор простире у југозападном делу Србије на површини од 1015 км². Захвата веће делове простране Старовлашке висоравни. Пружа се лучно, правцем NW-SE од изворишта Камишне реке до Муртенице на дужини од око 55 км. Правцем SW-NE на дужини од око 25 км Златибор је испресецан раседним линијама.

Основа регионалног друмског саобраћаја на Златибору је магистрални пут М21 (Е-763) који води преко Златибора, повезујући Београд са Црном Гором.

Тара је са севера омеђена Дрином, са северозапада реком Дервентом, са запада Белим Рзавом, са југа и југоистока реком Камишном и Креманском котлином, на

истоку се наслања на површ Поникава и Стапара, док јој на североистоку границу чини река Пилица. У овако наведеним границама површина Таре је 183 км² (Илић & Станковић, 2006).

На североисточном подножју Таре, на путу Кремна–Бајина Башта, налазе се Калуђерске баре, главни локалитет планине и Националног парка Тара. Бајина Башта је повезана асфалтним саобраћајницама са правцима Београд–Вишеград и, низ Дрину, Бајина Башта–Шабац.

Златар се преко масива Чиготе и планине Муртенице надовезује на Златибор. Дужа оса којом се простире ова планина износи 22 км, просечне ширине 10 – 12 км. Заузима простор између Увца и Лима, Нове Вароши и Сјенице. Основа регионалног друмског саобраћаја на Златару је магистрални пут М21 (Е-763), који преко Златибора и Златара повезује Београд и Црну Гору.

Мокра Гора припада општини Ужице, а простире се у њеном најзападнијем делу. Захвата простор од 10.713 ха. Између Мокре Горе и Кремана уздиже се Шарган који се према северу наставља на Збориште, а према југу преко Препелишта на Златибор.

Кроз Шарган и Мокру Гору пролази међународни магистрални путни правац Е-761 који пресеца средишњу Србију и Босну и Херцеговину повезујући југоисточну са западном Европом.

2.1.2. Природни ресурси и могућности њихове валоризације

У производне или примарне елементе туристичке дестинације, поред туристичко-географског положаја спада и геолошки састав и рељеф, клима, водени ресурси, биљни и животињски свет.

2.1.2.1. Геолошки састав и рељеф

Геолошки састав планинских дестинација Златиборског округа показује да планине имају типичне карактеристике тектонског рељефа. Оне су претрпеле крупне промене услед деловања различитих егзогених процеса. Цео крај је претежно висораван, испресецан клисурама и долинама. На тај начин подручје је подељено на мање висоравни са којих се уздижу планински масиви Таре, Златибора, Златара и Муртенице (Марковић, 1995).

Рељеф Златибора, као доминантни елемент простора, заједно са вегетацијом, значајан је модификатор климе и представља једну од његових основних туристичких вредности. У геолошком погледу истиче се велико пространство серпентина. Раседи и контакти водопропустљивих и вододрживих стена, површи и дубоко усечене речне долине, дају Златибору одлике планине велике хоризонталне и вертикалне дисекције рељефа, што пејсаж чини разноврсним и са аспекта туризма привлачним.

Највиши врхови Златибора не прелазе 1.500 м (Торник 1.496 м, Бријач 1.462 м, Бандера 1.438 м, Чигота 1.422 м), са изузетком Милошевца (1.600 м) који се налази на крајњем северу планине. Овакве надморске висине чине Златибор средње високом планином, погодном за боравак у свим годишњим добима.

На простору Златибора регистрована су и делимично истражена 142 спелеолошка објекта (98 пећина и 44 јаме). Међу спелеолошким објектима издваја се Стопића пећина, дугачка више од 1.600 м која још није у потпуности туристички опремљена, иако представља посебну вредност (Станковић & Ћирковић, 2002).

Већи део Златара изграђен је од јурских седимената, рожнаца, радиоларита, пешчара и глинача који су услед интензивне тектонске активности, посебно крајем мезозоика, набрани и издигнути изнад 1.500 м. Услед ових процеса Златар је планина благих страна приступачних за туристичко коришћење (Пословни план туристичке дестинације Златибор-Златар, 2007).

Највиши врхови Златара (Голо брдо 1.626 м, Руњева глава 1.412 м, Мала Мерица 1.517 м и Велика Мерица 1.475 м) издижу се са планинске висоравни у облику гребена што га чини средње високом планином. На површима између 1.000 м и 1.200 м констатован је велики број малих тањирастих вртача покривених травном вегетацијом и шикаром.

Географја планине Таре је веома сложена. Најраспрострањеније су седиментне стене мезозојске старости. Масив Таре је углавном састављен од тријаских и делимично јурских кречњака док је већи број истакнутих висова и јужних страна од серпентинита. Осим кречњака појављују се и разне врсте серпентинисаних стена.

Рељеф Таре је јако разуђен са најнижом тачком на 291 м надморске висине и највишом на 1.521 м надморске висине. У геоморфолошком погледу Тара је заталасана површ чија је просечна надморска висина 1.000-1.200 м.

Подручје Мокре Горе састављено је од кредног кречњака на западу (Ограђеница, Котроман, Кршање) и серпентина, односно перидотита, на истоку и југу (Брезовица, Виогор, Пањак).

Тектонски односи и ерозионе силе на подручју Мокре Горе довели су до рашчлањености рељефа израженог у дубоко усеченим речним долинама и високо уздигнутим планинским врховима, због чега је висинска разлика између најниже и највише тачке 1.059 м. Просечна надморска висина је око 1.000 м.

2.1.2.2. Климатски услови

На климу Златиборског округа утиче пре свега планински рељеф, испресецан речним долинама које су нагнуте према северу и истоку. Гледано у целини, округ има претежно умерено-континенталну климу са континенталним флувијалним режимом.

Средња годишња температура ваздуха је 7,9°C и креће се у интервалу од 6,8°C до 9,1°C. Годишња количина падавина је 813,5 мм.

Захваљујући планинским врховима који не прелазе 1.500 м, клима Златибора је умерено-континентална са елементима планинске климе. Климатска погодност се огледа у умерено хладним зимама (најнижа средња температура у јануару је -3,4°C) и благим летима без тропских врућина (највиша средња температура у августу је 16,8°C).

Просечан број дана у години на Златибору са средњој дневном температуром ваздуха изнад 15°C је 82, док је број дана са негативном температуром је 115. Средња годишња температура ваздуха на Палисаду је 7,2°C. Највишу средњу месечну температуру ваздуха имају август (17,1°C), јул (16,7°C) и јун (14,9°C), а најнижу јануар (-3,7°C), фебруар (-1,9°C) и децембар (-0,8°C).

Годишња количина падавина је 890 мм са максимумом у мају (104 мм) и јуну (91 мм) и минимумом у фебруару (56 мм) и јануару (57 мм) (Станковић & Ћирковић, 2002). Годишње задржавање снежног покривача је 89 дана (2008.) и 99 дана (2010.), а средња дебљина снежног покривача је 13 см (са максимумом од 27 см у новембру 2008.) (Метеоролошки годишњак, 2009 и 2011).

У природне, лековите чиниоце, на Златибору се убрајају чист и сув ваздух (висок проценат кисеоника и озона) и изражено ултравиолетно зрачење (преко 2.000 сунчаних сати годишње). Ови чиниоци утичу на побољшање крвне слике, лечење акутних и хроничних обољења респираторних органа, штитасте жлезде и анемије (Обрадовић & Павловић, 2006).

Клима Златара је субалпска и повољнија у односу на климу Златибора. На Златару су свежа лета и благе зиме док је јесен топлија од пролећа. Захваљујући густим

четинарским и брезовим шумама ова планина је погодна за превенцију, лечење и рехабилитацију оболелих од кардио-васкуларних обољења, поремећаја артеријског притиска и побољшање вида.

Средња годишња температура ваздуха на Златару је око 7,4°C. Најтоплији је август са просечном температуром од 17°C, а најхладнији јануар са -3°C. Годишња количина падавина износи 650 мм. Просечно годишње задржавање снежног покривача је од 80 до 120 дана.

Клима Таре има карактер континенталне планинске климе која се одликује прохладним летом, хладном зимом и незнатним колебањима температуре ваздуха (Мартинковић et al., 1995).

Просечна средња годишња температура ваздуха, за шире подручје Таре, износи 7,9°C, са минимумом у јануару од -3,5°C и максимумом у августу до 17,3°C. Топлотни услови у различитим деловима масива варирају. Митровац има просечну годишњу температуру ваздуха од 5°C.

Годишња количина падавина на Тари износи 977,3 мм, са максимумом у јулу (104,0 мм) и минимумом у јануару (56,5 мм). Просечно годишње задржавање снежног покривача је од 120 до 150 дана.

Клима Мокре Горе је континентално-планинска у ободном делу и умерено-континентална у планинском делу. Климину карактеришу топла и сушна лета, хладне зиме са слабо израженим прелазним годишњим добима. Лето је продужено на прве јесење месеце, док је јесен топлија од пролећа и октобар од априла. Магле се јављају у прелазним годишњим добима и могу трајати и до месец дана.

Просечна температура по котлинском дну Мокре Горе је око 10 °C, а по ободу је у просеку за два степена нижа. Најтоплији месец је јул са средњом температуром ваздуха од 14 °C, а најхладнији јануар са средњом температуром ваздуха од -4,2°C.

Падавине на Мокрој Гори су тако распоређене да планински делови приме и изнад 1.000 мм воденог талоба годишње док у котлини падавине износе око 700 мм. Најкишовитији месец је мај са око 100 мм воденог талоба, а најмање падавина је у фебруару (мање од 50 мм).

2.1.2.3. Водени ресурси и услови

Водотокови на простору Златиборског округа припадају црноморском сливу, односно западноморавском и дринском хидролошком рејону. Западноморавском

рејону припадају реке: Ђетиња, Скрапеж и Моравица са притокама, а дринском: Дрина, Бистрица, Увац и Лим са притокама.

Карактеристика река је да су планинске, брзе и богате водом, због чега се углавном користе за хидроенергетско искоришћавање.

Воде на подручју планинских дестинација Златиборског округа имају вишеструки значај. Долине којима протичу реке искоришћене су за изградњу важних саобраћајница, подизање хидроелектрана и имају знатан али недовољно искоришћен туристички потенцијал. Већа вештачка језера на рекама имају полифункционалну намену, јер су усмерена углавном на производњу електричне енергије, наводњавање, риболов, снабдевање водом насеља и индустрије, туризам и рекреацију. Мања језера претежно имају функцију наводњавања или рекреације (Ромелић & Ђурчић, 2001).

Главна река Златибора је Црни Рзав која извире на Чиготи на 1300 м и код доњег Вардишта се спаја са Белим Рзавом чинећи Рзав. Рзав спада у најчистије водотоке у Србији.

На Златибору су изграђена два вештачка језера: Обудојевичко и Рибничко језеро. Обудојевичко језеро се налази у центру Краљевих Вода и поред естетске има и излетничку функцију. Рибничко језеро је изграђено између Рибнице и Водица. Језеро представља хидроакумулациони објекат за водоснабдевање због чега није предвиђена његова купалишна, спортско-рекреативна и излетничка функција.

Речну мрежу Златара чине Бистрица и Увац и њихове притоке. Бистрица настаје од Варошке и Златарске реке. Долином Бистрице и Варошке реке пролази пут који повезује Београд и црногорско приморје, а долином Златарске реке шумски пут који води до највиших врхова Златара.

Увац извире на 560 м на планини Озрен. Увац има карактер изразито планинске реке у фази активне ерозије. Располаже значајним хидропотенцијалом, па су на његовом току изграђене три хидроелектране због којих су створена три вештачка језера: Увац, Златарско и Радоињско језеро (Станковић, 2000).

Језеро Увац је хидроакумулационо језеро настало подизањем бране која је дугачка 160 м и висока 110 м. Температуре ниже од 0°C бележе се у зимским месецима, а највиша је у јулу 16°C. Овако ниска температура језерске воде неповољно утиче на купалишну сезону (Станковић, 2000).

Златарско језеро се налази на надморској висини од 880 м. Његов басен акумулира 250 милиона м³ воде. Температура језерске воде креће се у интервалу од

3,5°C (јануар) до 20,9°C (јул). Температуре више од 18°C бележе се у августу и септембру што омогућава отварање купалишне сезоне.

Радоињско језеро се налази на надморској висини од 810 м и дугачко је 11 км. Језеро се формира од воде коју добија из Златарског језера, а служи за снабдевање хидроелектране Бистрица. Температура воде у летњим месецима достиже 18°C и тада се на језеру могу видети бројни купачи. У околини језера нема већих насеља па му је положај према исходиштима туриста неповољан (Станковић, 2000).

Реке на Тари су заступљене у њеним ободним деловима, док су због карбонатне подлоге у средишњим деловима ретке. На Тари се потоци и реке које настају од извора и врела уливају се у Дрину. Посебна вредност ових токова је чиста и питка планинска вода која може бити стављена у функцију развоја планинског туризма.

Перућачко језеро, настало преграђивањем тока Дрине, је површине 12,5 км², дужине 54 км са акумулацијом од 340 милиона м³ воде. Користи се за риболов и купање. На овом језеру се одржава "Дринска регата", најстарија манифестација туристичко-рекреативног карактера на реци Дрини.

Речну мрежу Мокре Горе чине Камишина, Бели и Црни Рзав и њихове притоке. Најпознатији извор минералних вода "Беле воде" се налази у Мокрој Гори и одликује се високим степеном алкалности због чега се може користити у лечењу запаљења очних капака, гастритиса и чира на желуцу.

2.1.2.4. Биљни и животињски свет

Подручје Златиборског округа је брдско-планинско земљиште у коме шуме заузимају око 42% површине, а пољопривредна површина око 51% територије.

На Златибору доминира травна вегетација ливада и пашњака и дрвенаста вегетација шума (шуме црног и белог бора, букве и јеле, храста и китњака, борове шуме на серпетнину и др.). Процент шумског земљишта различит је по појединим катастарским општинама и креће се од 13% (Доброселица) до 45% (Рожанство). Површине под шумама су погодне за ловни туризам.

Златибор естетски и здравствено привлачним чине гајеви четинарских шума са стаблима на растојању од 8 до 20 м што је случај на локалитету Груде (Група аутора, 1991).

На Златибору живи 52% познатих врста фауне на националном нивоу. Регистроване су 54 врсте сисара (55,5% познатих врста), 150 врста познатих птица и 14 врста водоземаца и гмизаваца који су на Црвеној листи угрожених кичмењака Србије.

Шуме Златара имају велики биоклиматски значај јер повећавају садржај кисеоника у ваздуху и смањују присуство суспендованих и ресуспендованих аеросола. Под шумама је 32% територије од чега више од половине чине високе производне шуме (Матовић, 2005). Највеће шумске површине сачињавају густе састојине мешовитих лишћарско-четинарских, мешовитих четинарских и чисто смрчевих шума. Око 6.653 ха је неплодно земљиште које би пошумљавањем створило економски ефекат у преради дрвета и туризму.

Биодиверзитет Златара је његова битна карактеристика. То је простор развијеног ловног туризма. На Златару се налази специјални резерват природе "Увац" на површини од 2.717 ха и на надморској висини 900-1.267 м³. Вредност клисуре Увац представља присуство популације једне од најређих врста лешинара-Белоглавог супа (*Gyps Fulvus*). У клисури се гнезде и друге ретке и угрожене птице грабљивице (сури орао *Aquila chrysaetos*, орао змијар *Circus Gallicus* и сиви соко *Falco Peregrinus*) и друге врсте птица (велики ронац *Mergus Merganser*, дрпавац *Crex Crex* и буљина *Bubo Bubo*).

Рибљи фонд Увца обухвата поточну пастрмку, липљан, младицу, кркушу, клен, мрену, скобаљ и шарана (Просторни план подручја посебне намене специјалног резервата природе "Увац", 2010). У кањонима реке Увац могуће је организовати пењачки полигон са алпинистичко-спелеолошким кампом који у програму може да има подводне активности (роњење у језеру и подводним пећинама).

На Тари шуме прекривају 75% земљишта, које представља прибежиште ретких птица. Ради очувања фауне птица у НП Тара се примењују стандарди ИВА пројекта⁴ у оквиру кога су заштићене птице: сури орао, сиви соко, ћук, сива жуна, зелена жуна и вртна црвенрепка. Већина ових птица насељава високопланинске четинарско-лишћарске шуме у којима је један од основних градитеља оморица.

Панчићева оморица (*Picea omorika*/*Paňčić*/*Purkyně*) је реликтна и ендемска врста четинара због чега се сматра "живим фосилом" европске и балканске флоре. Резервати

³Подручје 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).

⁴ИВА подручје "Тара планина" простире се на 36.000 ха и поред територије Националног парка захвата и источне делове планине према Златибору, до Кремана, Мокре Горе и Шаргана.

са Панчићевом омориком су категорије од универзалног (светског) и националног значаја.

У комплексу НП Тара регистровано је 53 врсте сисара, 153 врсте птица и 40 врста риба (Орловић & Остојић, 2001). Сисари који су увршћени у ловну дивљач су: зец, вук, лисица, дивља свиња, дивља мачка, медвед (посебна заштита), срна (посебна заштита) и дивокоза (посебна заштита). Станишта заштићених врста су издвојена у посебне строге ловне и природне резервате (кањони Дрине, Бруснице, Раче и Дервенте).

У фауни сисара Мокре Горе истичу се 22 врсте са прелиминарног списка за Црвену листу кичмењака Србије (медвед, вук, видра, дивокоза). Евидентирано је 60 врста птица од којих је 58 заштићено по разним основама (велики тетреб, орао змијар, планинска сеница и др). Свих 13 врста водоземаца и гмизаваца које настањују подручје су на списку Црвене листе кичмењака Србије.

2.1.3. Потенцијал културног наслеђа

Културно наслеђе представља јединствену и незаменљиву културну вредност неког простора. Вредност културног наслеђа у туристичком развоју, било да је реч о материјалном или нематеријалном, у константом је порасту. Туризам на ефикасан начин валоризује културне вредности једног подручја. Култура и туризам су два сектора чије партнерство је предуслов за квалитетан туристички производ.

Културна баштина Златиборског округа, са овим својим особеностима и специфичностима, значајан је део мултикултурног простора Србије. Локална култура је важно обележје дестинације, а захваљујући туризму она може постати замајац њеног друштвеног и привредног развоја.

Поред културног наслеђа, друштвени ресурси од којих је већина локалног, регионалног и републичког значаја су традиционалне манифестације, етнографско наслеђе и остале антропогене атракције.

2.1.3.1. *Културно-историјски споменици*

Културно-историјски споменици Златиборског округа представљају комплементарне туристичке вредности које доприносе разноврсности туристичког боравка на планинама.

На простору Златиборског округа постоји велики број археолошких налазишта, најчешће из периода неолита, али и из периода антике и средњег века (Ивановић, 2009). Значајнији локалитет је Потпећка пећина и локалитет Мраморје у Растишту. Неколико остатака старих градишта (Шљивовица, Чајетина, Крива Река, Доброселица и Рожанство) није довољно истражено.

Цркве, цркве брванаре (црква Светог пророка Илије селу Доброселица, црква Покрова Пресвете Богородице у селу Јабланица, црква у Семегњеву, црква Светог Петра и Павла у Сирогојну, црква Свете Тројице у Новој Вароши, црква брвнара у Радијевићима, црква Светог Илије у Мокрој Гори и црква у Кршању) и родне куће Димитрија Туцовића у Гостиљу и Саве Јовановића у Трнави, углавном посећује локално становништво.

Манастир Рујно, који се налази на северним обронцима Златибора, био је културни и просветни центар у 16. веку. Од многих штампаних дела ове штампарије сачувано је "Четворојеванђеље" из 1537. године.

Манастир Рача, који се налази у близини Бајине Баште, први пут се помиње у црквеном спису манастира Свете Тројице у Пљевљима 1516. године. Највредније предмете манастирске збирке чине највећим делом рукописи манастирских књига, "Србљак" из 1761. године, руско издање "Јеванђеља" из XII века као и Војводски барјак Соколске нахије Хаџи Мелентија Стефановића из Првог српског устанка.

Манастир Увац, смештен је у кањону реке Увац, 25 км југозападно од Златибора у општини Нова Варош, саграђен је у средњем веку. Први пут се помиње у XVII веку (www.uzice.org.rs/uvac).

У главној улици у Новој Вароши налази се зграда старе турске Кајмакамије (среско начелство).

На Шуматном брду (Краљеве Воде) налази се Спомен обелиск стрељаним рањеницима на Палисаду децембра 1941. године.

Из периода Другог светског рата, као споменик културе, заштићена је Вила председништва владе на Палисаду (Златибор).

Меморијални споменик "Борово брдо" је локалитет у Рачанској Шљивовици. На

овом месту формирана је Прва партизанска Рачанска чета, трећег августа 1941. године.

Музејско-туристички комплекс "Шарганска осмица" припада групи индустријских споменика. Од 1925. године до 28. фебруара 1974. године, на релацији Ужице–Вишеград, путнике је превозила парна локомотива, позната под називом "Ћира". Пруга је била ускоколосечна и део комплетне југословенске пруге која је повезивала Београд са Сарајевом и Дубровником.

2.1.3.2. Традиционалне манифестације

Препознатљивост округа се огледа у етнографским мотивима, фолклору, архитектури, старим занатима, гастрономији и традиционалној гостопримљивости. На територији Златиборског округа манифестације представљају значајни туристички потенцијал.

У Златиборском округу у 2013. години се одржала 61 манифестација што чини 10% укупног броја манифестација у Србији (Табела 5). У структури манифестација преовлађују спортско-рекреативне (36%) и фестивалске манифестације (31%). Манифестације којима се промовише традиција и изворно народно стваралаштво учествују са 15% у укупном броју манифестација.

Табела 5: Календар манифестација у Златиборском округу за 2013.годину

месец	место и време	назив	Организатор	тип манифестације
јануар	ЗЛАТИБОР Мачкат 11.-13.01.	Сајам сухомеснатих производа "Пршутџада"	Туристичка организација Чајетина Златибор	гастрономска приредба
	ЗЛАТИБОР 13.01.	Дочек Српске Нове године на Златибору и у Јабланици	Туристичка организација Чајетина Златибор	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	МОКРА ГОРА Међавник 16.-22.01.	Филмски и музички фестивал "Кустендорф"	Раста интернационал	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
фебруар	ЗЛАТИБОР 22.-24.02.	"Сабор ловаца Србије"	Ловачко удружење Златибор	спортско-рекреативна приредба
	ЗЛАТИБОР 23.02. - 01. 03.	"ЗИМСКИ ФЕСТИВАЛ ДЕЧИЈЕ РЕКРЕАЦИЈЕ ЗЛАТИБОР 2013"	Асоцијација "Спорт за све"	спортско-рекреативна приредба
март	ПОЖЕГА 03.03.	Фестивал науке и уметности "Гим Фест"	Ученичка група "Кључаоница"	спортско-рекреативна приредба
	УЖИЦЕ 30.03.	ДЕЧИЈИ МУЗИЧКИ ФЕСТИВАЛ "ЉУБАВ, НАША ЈЕ ПЛАНЕТА"	Удружење "Лира"	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
април	АРИЉЕ 28.04.	САЈАМ МЕДА	Пчеларско удружење и Туристички инфо- центар општине Ариље	привредна/промотивна манифестација
мај	ПРИЈЕПОЉЕ 01.05.	„КОМАРАНСКЕ КОШИЈЕ“	Туристичка организација Пријепоље	спортско-рекреативна приредба
	ЗЛАТИБОР Шљивовица 02.-03.05.	Шљивовички сајам домаће ракије	Туристичка организација Чајетина Златибор	привредна/промотивна манифестација
	ПОЖЕГА 10.-12.05.	МУЗИЧКИ ФЕСТИВАЛ „МУЗИЧКИ НОВИ ТОНОВИ –ПОНТОН“	Културни центар Пожега	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	ПОЖЕГА село Марића бара 11.05.	Меморијални риболовачки куп - "Спасоје Спале Мишовић"	Удружење риболоваца "Скрапез"	спортско-рекреативна приредба
	ПРИБОЈ 14.-16.05.	Међурепублички фестивал дечијег драмског стваралаштва	Дом културе „Пиво Караматијевић"	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	КОСЈЕРИЋ 15.05.	Атлетска трка „Генерал Светомир Ђукић“	Општина Косјерић	спортско-рекреативна приредба
	УЖИЦЕ 28.05.-26.07.	Графичко бијенале "Сува игла"	Градска галерија Ужице	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	УЖИЦЕ почетком маја	Међународни тамбурашки фестивал	Туристичка организација Ужице	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
јун	ТАРА 07 - 09.06.	МЕЂУНАРОДН ПЛАНИНСКИ МАРАТОН „TARA МАРАТОН 2013“	Тара маратон”	спортско-рекреативна приредба
	ПРИЈЕПОЉЕ река Лим, 14 - 16.06.	„ЛИМСКА РЕГАТА“	Туристичка организација Пријепоље	спортско-рекреативна приредба
	ТАРА 14 - 16.06.	МЕЂУНАРОДНО ОРИЈЕНТИРИНГ ТАКМИЧЕЊЕ „TARA OPEN 2013“	Оријентиринг клуб „Соко” 064/8878 401	спортско-рекреативна приредба
	КОСЈЕРИЋ село Скакавци, 15 - 16.06.	ДАНИ СЕОСКОГ ТУРИЗМА	МЗ Доња Ражана и Туристичка организација општине Косјерић	изворно народно стваралаштво гастрономска приредба
	УЖИЦЕ 21 - 22.06.	МЕЂУНАРОДНИ БЛУЗ&РОК ФЕСТИВАЛ "IN WIRES"	Удружење "Vox Experience"	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни

Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа

	ЗЛАТИБОР 28.06. - 31.06.	"Златиборско лето"	Туристичка организација Чајетина - Златибор	фестивал/уметничка колонија позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	ЗЛАТИБОР село Јабланица, 13.-16.06.	Сеоски вишебој и Катрандани	Туристичко удружење "Јабланица"	изворно народно стваралаштво
	МОКРА ГОРА 20.-21.06.	"ЗАВИЧАЈНИ ДАНИ МОКРЕ ГОРЕ"	МЗ Мокра Гора и Удружење Мокрогораца	изворно народно стваралаштво
	ТАРА 30.06. - 30.08.	ЕКОЛОШКО- РЕКРЕАТИВНИ КАМП "ТАРА"	Асоцијација „Спорт за све“	спортско-рекреативна приредба
јул	КОСЈЕРИЋ 12 - 14.07.	"ЧОБАНСКИ ДАНИ"	Туристичка организација Косјерић	изворно народно стваралаштво
	БАЈИНА БАШТА река Дрина, 16.07.-20.07.	Дринска регата-Бајина Башта 2013"	Туристичка организација Бајина Башта	спортско-рекреативна приредба
	НОВА ВАРОШ 25.- 28.07.	• „ЗЛАТНЕ РУКЕ“ • ИЗЛОЖБА МЕДА • „СИРИЈАДА“	Туристичка организација Нова Варош - Златар	изворно народно стваралаштво привредна / промотивна манifestација
	ПОЖЕГА 27.- 28.07.	• "КУП ПОЖЕГЕ У РИБОЛОВУ • "МОРАВСКА РЕГАТА"	Удружење риболоваца "Скрапеж"	спортско-рекреативна приредба
	УЖИЦЕ током јула- августа	"УЖИЧКО ЛЕТО"	Туристичка организација Ужице	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	УЖИЦЕ почетак јула	МОТО СУСРЕТИ ЕРЕ	Мото клуб "Ере"	спортско-рекреативна приредба
	ПРИЈЕПОЉЕ крај јула	ТАКМИЧЕЊЕ У СКОКОВИМА У ВОДУ "МЕМОРИЈАЛ ПАЈО ПОТЕЖИЦА"	Туристичка организација Пријеполје	спортско-рекреативна приредба
	ЗЛАТИБОР 20.-21.07. ПРИЈЕПОЉЕ крај јула	Сабор трубача и смотра народног стваралаштва "ЛИМСКИ ДАРОВИ"	Културно-спортски центар Чајетина Туристичка организација Пријеполје	изворно народно стваралаштво спортско-рекреативна приредба гастрономска приредба
	УЖИЦЕ друга половина јула	СКОКОВИ СА СТАРОГ ЖЕЛЕЗНИЧКОГ МОСТА	Установа "Велики парк"	спортско-рекреативна приредба
	АРИЉЕ крај јула	„ДАН МАЛИНЕ“	Општина и Туристички инфо- центар општине Ариље	гастрономска приредба
август	БАЈИНА БАШТА језеро Перућац, 30.06. - 30.08.	„ЕКОЛОШКО- РЕКРЕАТИВНИ КАМП ТАРА“	Асоцијација „Спорт за све“	спортско-рекреативна приредба
	АРИЉЕ 21.07.- 04.08.	АРИЉСКА ЛЕТЊА МУЗИЧКА МАНИФЕСТАЦИЈА „ARLEMM“	Удружење за подстицај и ширење музичке културе у Србији „Музикус“	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	ПРИБОЈСКА БАЊА 01 - 02.08.	"ИЛИНДАНСКИ ДАНИ"	Туристичка организација Прибој	изворно народно стваралаштво
	ПРИЈЕПОЉЕ 02.08.	„МОСТОВИ БАЛКАНА“	Дом културе	изворно народно стваралаштво
	АРИЉЕ река Рзав, 04.08.	ТАКМИЧЕЊЕ У СКОКОВИМА У ВОДУ И ПЛИВАЊУ „ТРОФЕЈ УРЈАКА“	„Плажа Урјак“	спортско-рекреативна приредба
	НОВА ВАРОШ река Увац, 04 - 06.08.	" РЕГАТА КАЊОНОМ РЕКЕ УВАЦ "	Туристичка организација Нова Варош - Златар	спортско-рекреативна приредба
	ПРИБОЈ- СЕТИХОВО (БиХ), река Лим, 10 - 11.08.	"МЕЂУНАРОДНИ ЛИМСКИ БИАТЛОН"	Туристичка организација Прибој	сајам/изложба/берза

Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа

	ПОЖЕГА 14 - 31.08.	МЕЂУНАРОДНИ ФИЛМСКИ СТУДЕНТСКИ КАМП "ИНТЕРАКЦИЈА 2013"	„Филм Арт“	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	УЖИЦЕ, ЗЛАТИБОР, КОСЈЕРИЋ, 19 - 24.08.	МЕЂУНАРОДНИ ДЕЧИЈИ ФЕСТИВАЛ „ЛИЦИДЕРСКО СРЦЕ“	Удружење „Ере“	изворно народно стваралаштво позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	ПОЖЕГА село Марића бара, 24 - 25.08.	"24 ЧАСА РИБОЛОВА НА МАРИЋА БАРИ"	Удружење риболоваца "Скрапеж"	спортско-рекреативна приредба
	ПОЖЕГА село Милићево, 24.08.	"РЕВИЈАЛНА КОСИДБА "	Туристичка организација Пожега	спортско-рекреативна приредба
	КОСЈЕРИЋ 01.-15.08.	МЕЂУНАРОДНИ УМЕТНИЧКИ КАМП „АРТ КАМП“	“К Town Group”	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	УЖИЦЕ село Злакуса, 18.-28.08.	МЕЂУНАРОДНА КОЛОНИЈА УМЕТНИЧКЕ КЕРАМИКА "ЗЛАКУСА"	Удружење "Злакуса"	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
септембар	КОСЈЕРИЋ 01. 09.	Дечији гастро фестивал "Варјачићи"	SACEN International	гастрономска приредба
	ПОЖЕГА село Роге, 14. -15. 09.	"ПЛАНИНАРСКИ ДАНИ"	ППД "Маљен"	спортско-рекреативна приредба
	ПОЖЕГА село Прилипац, 21.-26. 09.	Сликарска колонија „Прилипац“	СО Пожега и Црквена општина Прилипац	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	АРИЉЕ 29.09.	„ЗЛАТНИ КОТЛИЋ АРИЉА“	Клуб спортских риболоваца „Пловак“	гастрономска приредба
октобар	БАЈИНА БАШТА 01.-06.10.	"Дани Раче у крај Дрине"	Фондација "Рачанска баштина	конгрес/саветовање позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
	ПОЖЕГА село Висибаба 05.-06.10.	ПОЉОПРИВРЕДНА ИЗЛОЖБА	Пољопривредна школа	привредна/промотивна манifestација
	УЖИЦЕ 09.10.	"ДАНИ ГРАДА"	Скупштина града Ужица	гастрономска приредба
	АРИЉЕ 22.10.	СМОТРА СТВАРАЛАШТВА АМАТЕРА ЗЛАТИБОРСКОГ ОКРУГА	Народна библиотека	изворно народно стваралаштво
новембар	УЖИЦЕ 11.-17.11.	ЈУГОСЛОВЕНСКИ ПОЗОРИШНИ ФЕСТИВАЛ	Народно позориште Ужице	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија
децембар	БАЈИНА БАШТА језеро Перућац, 08.12.	Фестивал посне хране "Српски сто посне хране"	SACEN International и „ЕПС турс“	гастрономска приредба
	ПРИБОЈ 12.-13.12.	ЛИМСКЕ ВЕЧЕРИ ПОЕЗИЈЕ	Дом културе "Пиво Караматијевић"	позоришна,литерарна, музичка,филмска представа/културни фестивал/уметничка колонија

Извор: на основу података <http://www.srbija.travel/kalendar-dogadjaja/> и сопствених истраживања

Анализирајући број и календар манифестација може се закључити да се на планинским дестинацијама одржава 28,3% од укупног броја манифестација

Златиборског округа. Највећи број манифестација се одржава на Златибору (53%) и Тари (23%). На Златару и Мокрој Гори се одржавају по две манифестације (12%).

У структури манифестација на планинским дестинацијама највеће учешће имају спортско-рекреативне (39%), изворно народно стваралаштво (28%) и фестивалске манифестације (17%). Најмање учешће имају гастрономске приредбе (11%) и привредна/промотивне манифестације (5%).

Од 10 манифестација изворног народног стваралаштва у Златиборском округу, 5 манифестација се одржава на планинским дестинацијама. На Златибору се одржава: "Лицидерско срце", "Сабор трубача и смотра народног стваралаштва" и "Сеоски вишебој у Јабланици", на Златару "Златар фест" и у Мокрој Гори "Завичајни дани Мокре Горе".

Дечји фестивал фолклора "Лицидерско срце" је манифестација која доприноси промоцији културне сарадње дечијих заједница у различитим земљама и подстиче очување традиције и културног наслеђа (посебно фолклора).

Сабор трубача и смотра народног стваралаштва је музичка манифестација базирана на етнографским мотивима народне музике и представља предтакмичење за сабор трубача у Гучи.

Сеоски вишебој у Јабланици представља такмичење у традиционалним занатима, вештинама и спортовима (скок у даљ из места, ручно стругање дубећом тестером, бацање камена с рамена, трка коња, превлачење конопца, превлачење трупаца воловима, скок у вис).

Златарфест је манифестација која обједињује Златарску сиријаду, Сабор певања извика⁵, Златарску регату и Златне руке Златара. Циљ манифестација је промоција златарског сира са заштићеним географским пореклом, златарског меда и хељде, очување локалног традиционалног певања, изложбе ручно рађених текстилних и употребних предмета од различитих материјала.

Завичајни дани Мокре Горе су манифестација која окупља Мокрогорце као и туристе који долазе у посету овом крају. Циљ манифестацији је демонстрирање старих вештина, излагање предмета традиционалне занатске производње, уз учешће културно-уметничких друштава, писаца, песника, глумаца и хумориста.

⁵Извођење песама особено за подручје Старог Влаха које је највише заступљено у нововарошком крају и представља један од најстаријих видова двогласног певања. Ова културна вредност уписана је у Национални регистар нематеријалног културног наслеђа. У регистар су уписани и Златарска лончарија и Ерски хумор <http://nkns.rs/2012/06/usvojena-lista-nkn/>.

Анализа туристичке посећености у 2013. у односу на 2012. годину по месецима у којима се одржавају манифестације изворног народног стваралаштва показује да оне не утичу битније на раст туристичког промета. Највећа посећеност Златибора је остварена у августу када се одржава само једна манифестација. Највећа посећеност Златара је у мају (ноћења туриста) када није била одржана ниједна манифестација, а такође, и у августу (доласци туриста) када је од манифестација одржана "Регата кањоном реке Увац", што је било за очекивати да има утицаја на доласке туриста. Највећа посећеност Таре је остварена у мају (ноћења и доласци туриста) када није одржана ниједна манифестација.

Узроци недовољног утицаја манифестација на туристичку посећеност су вишеструки. На подручју планинских дестинација уочавају се разлике у погледу броја посетилаца, значаја и трајања манифестација. Већина њих су једнодневне манифестације којима присуствује локално становништво.

У традиционалне манифестације и манифестације које имају наглашену туристичку функцију убрајају се: Дринска регата (35.000 посетилаца), Сабор трубача (15.000), Пршутујада (10.000), Кустендорф (3.000) и Сабор ловаца (1.000).

Анализирајући манифестације према значају уочава се да се највећи број међународних манифестација одржава на територији општине Ужице (једна од њих је Кустендорф). У општини Бајина Башта се одржава Дринска регата. Највећи број манифестација националног карактера одржава се у општини Чајетина.

Највећи број манифестација (преко 70%) је сезонског карактера и одржава се у периоду мај – септембар. Просечна дужина трајања манифестација је 3 дана. Организована летња сезона постоји на Златибору и Тари (манифестације Златиборско лето и Еколошко-рекреативни камп Тара који трају од краја јуна до краја августа). У зимској сезони манифестације се одржавају само на Златибору и Мокрој Гори.

Наведена анализа манифестација у Златиборском округу указује на потребу израде Стратегије или политике управљања манифестацијама који могу бити интегралан догађај за све планинске дестинације и допринети расту туристичког промета.

Манифестације нису, сем изузетка, фактор привлачења посетилаца. С друге стране, конгреси, научни и стручни скупови се организују у месецима са ниском посетом ради искоришћења расположивих капацитета ван сезонских месеци.

2.1.3.3. Етнографско наслеђе

Етнографско наслеђе Златиборског округа се чува у етно селима међу којима се издвајају: Сирогојно, Дрвенград, Растиште–Седаљка, Штитково и Терзића авлија.

Старо село Сирогојно је смештено на источним падинама планине Златибор. У оквиру Музеја "Старо село" у Сирогојну су три целине специфичних карактеристика. У првој се налазе куће, а у другој родовске трпезе тзв. собрашнице. У трећој целини су технички уређаји: млинови, ступе, ваљевице. Ово су ретки примерци народног градитељства што им повећава туристичку вредност (Група аутора, 2007).

Међавник, етно-село Дрвенград, се налази у Мокрој Гори и заузима простор од 3.200 м². Отворен је 26. септембра 2004. године када је одржана премијера филма "Живот је чудо" (www.mecavnik.info). Међавник је етно-парк састављен од дрвених грађевина и брвнара старовлашког типа градње.

На локалитету Калуђерске Баре се налази етно-домаћинство као традиционално сеоско домаћинство старовлашког типа с краја XIX и почетка XX века. Од укупно девет опремљених објеката, данас постоје четири објекта.

Растиште–Седаљка представља очувану сеоску целину која обухвата неколико вредних објеката који датирају с почетка XX века. Међу објектима се издваја стара кафана, зграда школе, месне канцеларије, кућа и помоћне зграде у домаћинству Драгана Ђукића. Овој целини припадају и две цркве посвећене Покрову Пресвете Богородице.

Етно село Штитково у општини Нова Варош представља типичан пример живог етно села. Очувана првобитна архитектура која се разликује од архитектуре осталих села последица је његове функције као једног од седишта старовлашке племићке породице Рашковића.

Етно парк Терзића авлија се налази се у селу Злакуса (www.zlakusa.com). Представља типичко сеоско домаћинство из околине Ужица са почетка XX века са старим кућама и окућницом (салаш, шупа, млекар, бунар, качара).

2.1.3.4. Остале антропогене атракције

Непокретна културна добра од великог и изузетног значаја су потенцијалне туристичке вредности јер могу имати културне, манифестационе и туристичко-

угоститељске функције. Значајнија непокретна културна добра су остаци Старог града Ужица, Солотушки град, Јокановића кућа, стара хидроцентрала, Народни музеј и црква Светог Марка.

Остаци Старог града Ужица се налазе на стеновитом одсеку изнад реке Ћетиње. Прилаз граду био је могућ само са севера, али и ту вертикалне стене бране прилаз највишем делу утврђења чинећи га практично неосвојивим. Положајем утврђења доминирају висови одакле се градске куле и бедеми сагледавају из птичје перспективе (Поповић, 1995).

Солотушки град је утврђење код села Солотуше на обронцима Таре. Смештено је на каменој узвишици која се стрмо спушта у Солотушку реку тако да му је са три стране готово немогуће прићи.

Јокановића кућа у Ужицу је због наглашених етнографских карактеристика, 1988. године проглашена за културно добро – етнографски споменик културе. Једна је од ретких сачуваних кућа из деветнаестог века не само у Ужицу, већ и у широј околини.

Стара хидроцентрала у Ужицу или хидроцентрала "Под градом" је прва хидроцентрала на Балкану, а друга у Европи. Камен темељац за изградњу хидроцентрале поставио је Александар Обреновић, а старе "Simens" машине и данас производе струју. У овом здању је смештен Музеј технике.

Народни музеј Ужице је формиран као музеј комплексног типа. У њему је смештено око 60.000 експоната који су разврстани по одељењима која обухватају периоде праисторије, антике, средњег и новог века, НОР, социјалистичку револуцију и период социјалистичке изградње (www.muzej.uzice.net).

У згради Музеја је 1941. године био смештен Врховни штаб НОВ и радни кабинет Јосипа Броза Тита. Две зграде Музеја и подземни ходници подигнути су пре Другог светског рата за потребе Народне банке. У подземним ходницима била је 1941. године смештена фабрика оружја.

Првобитна, стара ужичка црква, посвећена Светом апостолу и еванђелисту Марку подигнута је 1721. године. Смештена је у делу града познатом по имену стара Варош или Царина. У времену када су градом владали Турци је спаљена и на њеним темељима подигнута садашња црква 1828. године. У цркви постоји богата збирка икона. Посебно се издваја италокритско остварење из XVI века на коме је сликана представа Христа Пантократора на златној позадини и Богородица са Христом и малим Светим Јованом.

Културолошки потенцијал Округа није довољно квалитетно презентован. Несумљиво, он би се низом практичних акција и мера могао искористити за подизање квалитета туристичке понуде. Истицање културних различитости дестинација свакако је један од фактора постизања дугорочне одрживости развоја туризма. Као један од стратешких циљева развоја туризма је и развој целовите понуде туристичке дестинације, што укључује и развој њених културних потенцијала. Другим речима, природне лепоте нису самодовољан фактор атрактивности планинских дестинација, посебно не за тржишне сегменте који теже садржајнијем и активнијем одмору.

2.2. Рецептивни капацитети планинских дестинација

Поред примарних елемената, туристичка дестинација садржи и секундарне или антропогене елементе у које спадају основни и пратећи туристички капацитети (посебни инфраструктурни садржаји за потребе туризма, организационе активности, информације, снадбевање, забавни и рекреативни садржаји и сл.).

2.2.1. Основни туристички капацитети

Материјалну базу туризма, чине смештајни и угоститељски капацитети, без којих није могуће развијати туризам ни на једном подручју (Вујовић, 2008).

Смештајни капацитети Златиборског округа броје око 17.000 лежајева у основним и комплементарним капацитетима. Округ располаже са приближно 20% категорисаних лежајева у Србији (Пословни план туристичке дестинације Златибор-Златар, 2007).

Највећи број лежајева, а самим тим и највећи број објеката, налази се на Златибору у туристичком центру Краљеве Воде. Укупно 59,4% смештајних капацитета округа налази се на Златибору. Реч је о смештајним капацитетима у хотелима, дечијим и студентским одмаралиштима, приватним вилама и апартманима. На Златибору постоји 10.028 категорисаних лежајева и око 5.000 лежајева у некатегорисаним објектима (Пословни план туристичке дестинације Златибор–Златар, 2007) (Табеле 6 и 7).

Табела 6: Смештајни капацитети на Златибору, Златару, Тари и Мокрој Гори⁶

Златибор	број лежаја	Златар	број лежаја	Тара	број лежаја	Мокра Гора	број лежаја
Основни смештајни капацитети							
-хотели са 4 звезде	671	хотел "Панорама"	238	хотел "Оморика"	370	хотел "Међавник"	103
-хотели са 3 звезде	1.042	РХ центар "Златар"	320	хотел "Бели бор"	230	мотел "М.Гора"	10
-хотели са 2 звезде	266						
хотели (укупно)	1.979	хотел "Језеро"	71	Депаданс "Јавор"	50	коначиште Шарганска осмица	37
мотели	84	хотел "Златарски златник"	55	Дечије одмаралиште	685	планинска кућа	10
апартманска насеља	150						
одмаралишта	1.814	мотели и ресторанска преноћишта	67			хотел "Младост"	33
						хотел "Чаробни брег"	56
Комплементарни смештајни капацитети							
Приватни смештај са 4 звезде		сеоски туризам	104	сеоски ⁷ туризам	316	сеоски туризам	24
са 3 звезде	1.750						
са 2 звезде	3.150						
сеоски туризам	100						
	400						
Укупно (основни+приватни смештај)	<u>9.427</u>		<u>855</u>		<u>1.651</u>		<u>273</u>

⁶Подаци су везани за категоризоване капацитете на основу података: Пословни план туристичке дестинације Златибор-Златар, Туристичке организације Златибор, Туристичко-спортског центра Златар, Спортско-туристичког центра Бајине Башта, Туристичке организације Западне Србије, <http://www.parkprirodemokragora.org/>, Стратегије локалног одрживог развоја општине Нова Варош, 2009, Туристичке организације Ужице, <http://www.cdibgd.rs/odmaralista/>

⁷Податак за општину Бајину-Башту у целини.

Табела 7: Преглед категорисаних угоститељских објеката у 2013. и 2014. години

назив	локација	категорија
Хотел "Мона"	Златибор	4*
Хотел "Олимп"	Златибор	4*
Хотел "Мир"	Златибор	4*
Хотел "Идила"	Златибор	4*
Хотел "Палисад"	Златибор	4*
Хотел "Президент"	Златибор	3*
Пансион СТЦ "Златибор"	Златибор	3*
Туристичко насеље "Међавник"	Мокра Гора	3*
Хотел "Зеленкада"	Златибор	3*
Хотел "Оморика"	Тара	3*
Хотел "Бели бор"	Тара	2*
Хотел "Новаков двор"	Златибор	2*
Хотел "Дијамант"	Златибор	2*
Хотел "Панорама"	Златар	2*
Апартманско насеље Краљеви конаци	Златибор	2*
Депаданс "Јавор" хотела Оморика	Тара	1*
Пансион "Клуб Сателит"	Златибор	1*

Извор: Министарство привреде, Сектор за туризам, <http://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/>

У структури смештајних капацитета по врстама на Златибору доминира учешће основних смештајних капацитета са 70,8%, а 29,2 % чине комплементарни смештајни капацитети у облику хостела, коначишта, апартмана и приватних соба.

У структури хотелског смештаја хотели са 4* чине 34%, са 3* 63%, а са 2* и 1* 3% смештајних капацитета. Хотели са 4* звезде у свом саставу имају 671 лежајева у двокреветним собама и апартманима. Поред тога, ови хотели имају ресторанске сале и сале за састанке у којима се организују састанци, семинари и презентације. Хотел "Палисад" (****) је највећи смештајни објекат на Златибору који је изграђен 1967., а реновиран у августу 2005. године. Располаже са 750 лежаја. Хотел поседује и конгресни центар са 650 места у конгресној сали (www.palisad.rs).

Остали хотелски капацитети са 3* располажу са 1.042 лежаја у собама и апартманима.

Одмаралишта располажу са 1.814 лежајева. Међу одмаралиштима се издваја студентско одмаралиште "Ратко Митровић" са 486 лежаја и конференцијском салом,

дечије одмаралише "Златибор"-вила "Голија" са 160 лежаја, као и одмаралишта: "Планум", "Нарцис", "Голија", "Сунчани Брег", "Green wood" и "Ловац" на Водицама.

Међу осталим смештајним објектима издвајају се коначишта "Браћа Секулић" (220 лежаја) и "Кацун", национална кућа "Сателит" и пансиони: Жунић, Симаг, Домаћи кутак, Кедар и Бисић.

Смештајни капацитети у сеоском туризму Златибора износе:

- 360 лежаја у домаћинствима (селима Гостиље, Рожанство, Љубиш, Трипкова, Мачкат, Рудине, Семегњево, Крива Река),
- 30 лежаја у етно-селу Сирогојно,
- 20 лежаја у "Sirогојно company" и
- 35 лежаја у коначишту Симекс у Љубишу.

После Златибора, највећи број лежајева има општина Бајина Башта и Тара са 1.615 лежајева (Табела 6). Смештајни капацитети се налазе на три локалитета: Калуђерске баре, Митровац, Предов Крст и дуж обале Дрине.

На Калуђерским Барама се налази хотел "Оморика" са 3* која располаже са 370 лежајева. У саставу хотела се налази и конгресна сала. Хотел са 2* је "Бели бор" који располаже са 230 лежаја. На локалитету Митровац налази се "Дечије одмаралиште Митровац", комплекс павиљона у планинском стилу са 685 лежајева. Ловачки дом "Митровац" располаже са 32 лежаја и рестораном. На локалитету Предов Крст налази се Ловачки дом "Ера" који располаже са 29 лежајева и рестораном са 60 места. Планинарска кућа "Предов Крст" са 4* је новоизграђени објект који располаже са 30 лежаја.

На Перућцу, у подножју планине Таре поред обале Дрине, је хотел "Језеро" (***) са 120 лежајева, рестораном и бунгалов-апартманима са 30 лежајева. Вила "Дрина" (****) је, такође, лоцирана на обали реке Дрине. Располаже са 30 лежајева и рестораном.

Златар располаже са осетно мањим бројем смештајних објеката и лежајевима који су грађени током 1970-их година. Број лежаја је 855 (Табела 6). Највећи број лежајева се налази у РХ Центру и хотелима "Панорама" и "Језеро". РХ Центар Златар-Завод за превенцију и рехабилитацију кардиоваскуларних обољења располаже са 320 лежаја и са конгресном салом (www.zlatar.org.rs). Хотел "Златарски златник" (****) располаже са 55 лежајева, док хотел "Панорама" (**) располаже са 238 лежајева и ресторанском салом.

У сеоским домаћинствима општине Нова Варош категорисано је око 104 лежајева у Бабића Брду, Акмачићима, Дрмановићима и Радоињи.

Мокра Гора има најмањи број смештајних објеката, с обзиром да је развој туризма овде у повоју. Располаже са 273 лежаја који се налазе на три локалитета: Међавник, скијалиште "Ивер" и Шарганска осмица.

После 2000. године су изграђена три хотела: "Међавник", "Младост" и "Чаробни брег" који располажу са 192 лежаја од којих је око 70% са 3*. Остали смештајни капацитети су у мотелу "Мокра Гора", коначишту "Осмица" и "Планинској кући" и сеоским домаћинствима.

Према томе, у све четири водеће туристичке дестинације Златиборског округа има 12.206 лежајева у различитим објектима смештаја. Новијег датума својим квалитетом истичу се хотели "Златарски златник", "Међавник" и "Златибор–Мона".

Поред наведених смештајних објеката, постоје и објекти који нису категорисани и пријављени. Према процени само на Златибору има 5.000 некатегорисаних лежајева који су у потпуности везани за издавање соба и апартмана у којима се не евидентира туристички промет (Пословни план туристичке дестинације Златибор–Златар, 2007).

2.2.1.1. Искоришћеност смештајних капацитета

Смештајни капацитети на планинским дестинацијама су искоришћени у различитом проценту који се креће од 15% на Златару до 55% на Тари.

Искоришћеност смештајних капацитета на Златибору је у просеку око 40%. Највећу искоришћеност имају хотели "Мона", "Чигота" и одмаралиште "Планум". Хотел "Мона" је забележио у 2011. години највећу искоришћеност смештајних капацитета од 74%.

Највећи проценат неискоришћених смештајних капацитета је у хотелу "Палисад", "Зеленкада" и "Студентском одмаралишту". У 2011. години најмања искоришћеност капацитета је у хотелу "Зеленкада" (23,71%).

Табела 8: Искоришћеност смештајних капацитета на Златибору (%)

објекти	2009.	2010.	2011.
Чигота	58,51	57,57	57,94
Дунав	73,21	-	-
Голија	37,67	34,94	53,34
Мона	67,23	68,39	74,28
Олимп	42,91	38,68	39,13
Палисад	28,83	31,6	32,51
Одмаралиште Планум	41,55	42,69	46,09
Студентско одмаралиште	27,08	27,92	27,47
СТЦ Златибор	39,84	46,5	46,95
Президент	34,41	40,38	42,87
Вис	41	29,42	29,03
Зеленкада	24,01	19,35	23,71
\bar{x}	39,26	39,49	41,16

Извор: Туристичка организација Златибор

Искоришћеност смештајних капацитета Војне установе "Тара" у последњих десет година износи око 55% са сталним падом у претходних пет година (Ранисављевић, 2011). Највећа искоришћеност смештајних капацитета је остварена у 1990. када је износила 83%. Хотели "Оморика" и "Бели бор" су у 2006. години забележили попуњеност капацитета са 73% ("Одбрана", број 21, стр. 76-77, 2006).

У структури гостију Војне установе "Тара" доминирају грађани Србије (85%), припадници Министарства одбране и Војске Србије (15%), док страни гости учествују са 5%.

Искоришћеност смештајних капацитета на Златару у последњих десет година износи око 15%. Изнад просечна искоришћеност капацитета остварена је 2008. (29%) и 2009. године (24%).

На Мокрој Гори су капацитети у просеку искоришћени са 20%. Искоришћеност капацитета се повећава тако да је у 2010. години искоришћеност капацитета била 30%.

Структура смештајних капацитета према категорији објеката на Златибору је релативно повољнија у односу на остале планине. На Златибору је највећи број хотела са 3 и 4 звездице, али су то најчешће објекти који су изграђени у периоду последње две до четири деценије.

Квалитетнијој смештајној понуди планина Златиборског округа и већој искоришћености капацитета допринеће изградња нових хотела, реконструкција постојећих и запошљавање нових, квалификованих радника.

2.2.1.2. Оцена основних туристичких капацитета

Потенцијали планинских дестинација нису искоришћени у потпуности јер су делом дефинисани разликама у постојећим условима (природа, културно и историјско наслеђе), а делом креираним условима (доступност, инфраструктурна опремљеност, сектор услуга, разноврсност спортско-рекреативних садржаја).

Структура смештајних капацитета је повољна посебно захваљујући чињеници да је последњих неколико година квалитет смештаја у приватним пансионима и сеоским домаћинствима унапређен. Са друге стране, квалитет смештаја у хотелима није на задовољавајућем нивоу.

Због тога је неопходно реструктурисање и подизање квалитета постојећих објеката туристичке понуде у ужем и ширем смислу (тржишно репозиционирање, примена светских критеријума у категоризацији) као и развој нове смештајне понуде према концепту одрживог развоја којим би били обухваћени паркови природе, комплекси руралног и индустријског наслеђа. При томе се првенствено мисли на стварање услова за добијање квалитетних хотела са 4 и 3 звездице и смештајних капацитета са 5 звездица (у два до три случаја). У процесу модернизације постојећих хотела и изградње нових потребно је формирати комплексе квалитетних wellness центара и услова за организацију мањих и већих скупова.

Недовољна искоришћеност смештајних капацитета је, такође, изражен проблем. Пошто све четири дестинације имају потенцијале за зимски туризам потребно је повећати посећеност у зимској сезони.

2.2.2. Остали туристички капацитети-степен развоја и карактеристике саобраћаја

Мрежу друмских путева у Златиборском округу чини 4.063 км путева што чини 12,2% путне мреже Централне Србије и 10,3% Републике Србије. Од укупне дужине

путева 1.957 км су путеви савременог коловоза, 437 км магистрални путеви, 731 км регионални и локални 2.895 км.

Савремени коловоз учествује са 48% у мрежи друмских путева. Посматрано по општинама у Ужицу и Чајетини је највећи проценат савременог коловоза (72% и 65%).

Доминантан вид саобраћаја до туристичких дестинација је друмски превоз, аутобусима или најчешће сопственим аутомобилима.

Основа регионалног друмског саобраћаја је магистрални пут М21 (Е-763), који од Београда, преко Ужица, Чајетине, Златибора и Борове главе води до центра Нове Вароши и на даље до Пријепоља и границе са Црном Гором.

Кроз Шарган и Мокру Гору пролази међународни магистрални путни правац Е761 који пресеца Србију, Босну и Херцеговину и Хрватску повезујући југоисточну са западном Европом.

Регионалним путем Р112 Златибор и Златар су повезани са Таром и Бајином Баштом, док су путеви Р228, Р115 и Р231 веза са Прибојем и Сјеницом. Од важнијих регионалних путева издвајају се: пут Р230 који повезује пут М21 са туристичким локалитетом Сирогојном, пут Р252 који је веза Златибора са Семегњевом (са железничком станицом Златибор) и пут Р253 који је веза са Рибницом (скијашки центар Торник).

Осим главних саобраћајница, веома је значајна мрежа локалних путева којима се долази до Митровца и Калуђерских бара на Тари, Заовина, обала Дрине и језера Перућац. Приступ у Национални парк Тара је могућ из три правца: путем Бајина Башта–Калуђерске баре (16 км), путем Бајина Башта–Перућац–Митровац (27 км) и путем Кремна–Калуђерске баре (9 км).

Ако се мери степен изграђености путне инфраструктуре туристичка дестинација Златибор-Златар има испод просечан коефицијент 1,39. Ова релативна мера развијености путне мреже је на нивоу целе Србије 1,46 што показује да је путна мрежа туристичке дестинације нешто слабије развијена у односу на просек релативне развијености друмске мреже Србије.

Међумесним и локалним аутобуским саобраћајем се баве мањи превозници након приватизације и стечаја "Ракете", највећег предузећа у овој области.

Железничку мрежу Златиборског округа чини део пруге Београд-Бар у дужини 161 км и део пруге Ужице–Чачак–Сталаћ у дужини од 18 км са 20 железничких станица. Проблем везан за организацију железничког саобраћаја је неприступаност

најближих железничких станица туристичким дестинацијама (Сушица на Златибору, док Нова Варош нема железничку станицу).

Аеродром Поникве је лоциран на путу М 19.1. Ужице–Бајина Башта. Удаљен је око 40 км од Златибора. У 2013. години је отворен за потребе некомерцијалних летова авиона са највише 10 места.

ПТТ услуге на подручју округа обавља Јавно предузеће ПТТ саобраћаја "Србија" из Београда, преко својих радних јединица. На подручју Златиборског округа раде 73 поште (4,7% од укупног броја у Србији) од чега је у Новој Вароши 6 и по 9 на Златибору и Ужицу. У округу је регистровано 102.923 телефонска претплатника. У ПТТ промету се реализује 4.464 писама и 53.000 пакета. Телекомуникационом инфраструктуром је покривено 85% општина Златиборског округа (Социо-економска анализа Златиборског округа, 2010).

2.2.3. Остала инфраструктура

Остала инфраструктура обухвата развијеност електроенергетске, гасоводне, водоводне и канализационе мреже, система даљинског грејања и депонија.

Електропривреда је привредна грана која има значајно место у укупној привреди Златиборског округа. Укупан развој производње и дистрибуције електричне енергије заснива се на великом хидроенергетском потенцијалу водотокова на подручју округа који износи 2.695 GWh годишње. Природни услови омогућили су изградњу акумулационих хидроелектрана "Увац", "Кокин Брод", "Бистрица", "Бајина Башта"⁸ и проточне хидроелектране "Потпећ".

Електропривредну делатност у округу обавља Јавно предузеће "Електропривреда Србије" преко својих погона за производњу и дистрибуцију електричне енергије. Учешће у укупној производњи хидроелектричне енергије у Републици Србији износи 30%.

Гасоводна инфраструктура је неравномерно заступљена, јер је овај енергент у већој мери разведен у општини Пожега и граду Ужицу са планираним ширењем у општине Ариље, Косјерић и Чајетина.

⁸У склопу ње је изграђена и реверзибилна хидроелектрана инсталисане снаге 594 MW која спада у ред највећих реверзибилних постројења у свету

Дужина водоводне мреже је 1.372,5 км са покривеношћу од 80,4% Златиборског округа, а дужина канализационе мреже је 480,5 км са покривеношћу од 63,4% Златиборског округа.

Систем даљинског грејања је заступљен на територији 6 општина (Ужице, Прибој, Нова Варош, Бајина Башта, Косјерић и Пријепоље). Систем топлотних пумпи који користи енергију топле воде користи се на Краљевом тргу (подно грејање) и хотелу "Олим" на Златибору.

Повећање броја аутомобила и лош квалитет горива знатно утиче на квалитет ваздуха у градским насељима. Повећане концентрације дима и чађи запажају се у зимским месецима што се објашњава грејањем на чврста горива током грејне сезоне.

Регионалне санитарне депоније чврстог комуналног отпада су: Дубоко, која покрива град Ужице и општине Ариље, Бајина Башта, Косјерић, Пожега и Чајетина и Бањица, која покрива општине Нову Варош, Прибој, Пријепоље и Сјеницу. На подручју округа се налази 10 општинских/градских депонија које не испуњавају потребне услове за санитарно одлагање отпада.

На територији округа постоји неколико појединачних капацитета за пречишћавање комуналних отпадних вода који су у употреби и то углавном на територији града Ужица.

2.2.4. Оцена осталих туристичких капацитета

Инфраструктура представља један од најзначајнијих фактора за остваривање одрживог привредног и друштвеног развоја и за искоришћење потенцијала планинских дестинација Златиборског округа.

Поред неразвијености путне мреже, проблем је и њен квалитет, тј. мала заступљеност савременог коловоза у свим категоријама путева. Последњих година обновљени су најважнији магистрални и регионални правци унутар туристичке регије. То се посебно односи на пут М21 на потезу јужно од Златибора до Кокиног брода.

Велики значај за унутрашњу саобраћајну повезаност имаће доградња, уређење и обележавање друмско-пешачких и бициклистичких саобраћајница у ширем појасу Шарганске пруге и поред магистралног пута Е-761.

Организација железничког, ваздушног и аутобуског саобраћаја треба да буде квалитетнија. Развој железничког саобраћаја треба да се реализује кроз реконструкцију

пруге узаног колосека Шарган Витаси–Кремна–Бранешци и повезивање са магистралном пругом Београд–Врбница–Бар као и изградњом објеката за сталну изложбу музејских експоната возних средстава узаног колосека на локалитетима Шарган Витаси, Јатаре, Девети километар и Мокра Гора (Регионални просторни план за подручје Златиборског и Моравичког управног округ, 2012).

Увођење комерцијалних летова на аеродрому Поникве захтева реконструкцију и проширивање писте.

Проблеми који се односе на осталу инфраструктуру су: непокривеност површина јавном осветом и застарела мрежа, нестабилно снабдевање електричном енергијом сеоских подручја и непостојање азила за псе луталице (Стратешки план локалног економског развоја општине Ужице, 2005).

Велики део хидро потенцијала округа није искоришћен што представља могућност да се кроз систем мини хидроцентрала повећа производња електричне енергије.

Златиборски округ располаже значајним капацитетима за производњу енергије из обновљивих и трајних извора (биомаса, енергија ветра, соларна и гео-термална енергија) (Стратегија социо-економског развоја Златиборске области, 2010).

У области телекомуникација неопходна је изградња капацитета фиксне и мобилне телефоније, повећање доступности поштанских услуга, као и комунално опремање и комунална хигијена, пре свега на руралном подручју чиме би развој инфраструктуре био у функцији развоја туризма.

Улагањима у инфраструктуру може се ревитализовати постојећа туристичка понуда, подстаћи приватни сектор и увести примена еколошких стандарда на туристичким дестинацијама.

2.3. SWOT анализа ресурсне основе и рецептивних капацитета планинских дестинација

2.3.1. Основни видови туризма на планинским дестинацијама

Повољан туристичко-географски положај на планинама Златиборског округа омогућује, поред зимског туризма, развој и других видова туризма. Разноврсност

природних туристичких мотива, културно-историјски споменици и етно-социјални мотиви су кључни потенцијали на којима би он био заснован.

Основни видови туризма на планинским дестинацијама Златиборског округа су:

Спортско-рекреативни туризам. Златибор има најразвијенију инфраструктуру за спортско-рекреативни туризам. У Националном парку "Тара" су дефинисане и обележене бицикличке стазе дужине 464,5 км које омогућавају развој нове врсте туризма-тароцикл.

Здравствено-лечилишни туризам. На Златибору, Специјална болици "Чигота", показује најбоље резултате у терапији следећих обољења: плућа – бронхијална астма, хронични бронхитис, емфизам плућа уколико се процес не налази у акутном стању, обољења плућне марамице; обољења неуровегетативног система – неуроциркулаторна астенија, хипертиреоза, неурастенија или клонулоост живаца; стање реконвалесценције – после акутних инфективних болести, туберкулозе и хируршких интервенција; општи поремећаји-астенија, хипохромна анемија, норохромна анемија; Базедова болест; поремећаји стомачног и цревног варења (диспепсије); коњуктивитис или упала слузокоже очних капака и јабучице; токсемија или хронична затрованост крви (Ђенић, 1970).

Климатске погодности Златара са аспекта здравствено-рекреативног туризма су биле основа за проглашење "Ваздушне бање" Златар (Закон о бањама, 2005). На Златару се у програмима рехабилитације могу комбиновати предности климе, рељефа, биљног и животињског света.

Конгресни туризам се одржава на свим планинама Златиборског округа зависно од буџета организатора и броја учесника. За организовање великих семинара и конгреса се користе хотел "Палисад" и конгресни центар "Србија" на Златибору и хотел "Оморика" на Тари.

Захваљујући конгресном туризму дошло је до пораста броја гостију на Златибору у месецима ван главне туристичке сезоне (током маја и септембра).

Дечији, омладински и екскурзиони туризам. Ови видови туризма су на развијенији на локалитетима на којима су изграђени смештајни објекти прилагођени младим особама као што су Митровац на Тари и дечија и омладинска одмаралишта на Златибору.

Транзитни туризам је најзначајнији облик туризма захваљујући положају који повезује различите делове земље са планинским дестинацијама.

Сеоски туризам. Овај вид туризма бележи посете углавном у летњој сезони, и то у јулу и августу, што се објашњава слабом проходношћу сеоских путева у зимској сезони и недостатку манифестација. Изузетак су зимски празници као што је Нова Година, Божић и славе.

Еко-туризам. На територији Златиборског округа услове за развој еко-туризма представљају заштићена природна подручја: заштићено подручје Националног парка Тара, заштићена природна добра Потпећка и Стопића пећина, Специјални резерват природе "Увац", Парк природе "Мокра Гора", пећина Буковик у Новој Вароши и Парк природе "Златибор".

Излетнички туризам. Златибор је погодан за једнодневне и викенд излете. Најчешћи су излети у периоду одржавања манифестација на Краљевим Водама.

За Тару је карактеристично организовање полудневних, целодневних излета и кружних путовања (Калуђерске Баре – манастир Рача – Бајина Башта – Перућац – Митровац – Заовине – Калуђерске Баре; Калуђерске Баре – Кремна – Мокра Гора).

На подручју Златара значајна су излетничка кретања ка долини реке Увац (Специјални резерват природе "Увац" је станиште белоглавог супа) и вештачким језерима на Увцу и Лиму (камповање, пливање, пецање, возња чамцем меандрима Увца, посматрање птица).

На Мокрој Гори посебну туристичку атракцију представљају станице Јатаре и Беле Воде.

Ловни и риболовни туризам. У неколико ловишта се организује лов на дивокозу, дивљу свињу и срну. Ловачко удружење "Златибор" у Чајетини покрива три ловишта на око 65.000 ха (Ђенић, 2003). Ловиште "Златар" обухвата површину од 55.900 ха. Ловиште "Тара" на Тари обухвата површину од 15.650 ха (Ђенић, 1994).

Подручје Дрине и вештачких језера пружа услове за развој риболовног туризма. Водени токови су богати младицом и липљаном, шараном, скобаљем, кленом, мреном, сомом и поточном пастрмком.

Риболов је заступљен на рекама Лим и Увац и на Златарском, Увачком и Радоињском језеру. На рекама се лове пастрмка, младица и липљан, а на језерима смуђ, сом и језерска пастрмка.

2.3.2. Портфолио туристичких производа дестинације Златибор-Златар

Почев од осамдесетих година прошлог века менаџери дестинације су уочили потребу стратешког планирања развоја туризма. У изради стратегија, у савременим условима, учествује туристички и јавни сектор, као и становништво дестинација.

Стратешке смернице за развој туризма у Републици Србији су садржане у Стратегији развоја туризма (2005.-2015.). У Стратегији су дефинисани туристички производи који су основа развоја туризма: градски одмор, кружна путовања, пословни туризам/МІСЕ, здравствени туризам, планине и језера, наутика, догађаји, рурални туризам и специјални интереси (Стратегија развоја туризма Србије, 2006).

Стратешке смернице за развој туризма у дестинацији Златибор–Златар су садржане у Стратешком и оперативном плану туризма дестинације (2013). Планом су дефинисани туристички производи који доприносе развоју планинског туризма: одмори, кружна путовања, посебна интересовања, догађаји/култура, пословни/МІСЕ, гастрономија, сеоски туризам, спортски туризам и наутика. Приликом дефинисања наведених производа пошло се од следећих претпоставки:

- постоје разлике у атрактивности туристичких производа зависно од периода године. Златибор у току летње сезоне представља место за одмор као крајња дестинација или место за кратак одмор на путу до јужног Јадрана. Као успутна дестинација нема значајну конкуренцију, јер ни једна друга дестинација на коридору Београд–јужни Јадран, није сличног степена развоја инфраструктуре и смештајне понуде. У зимском периоду Златибор конкурише осталим планинским дестинацијама које имају развијену скијашку инфраструктуру (Копаоник, Јахорина, Стара планина).
- Како је око 60% територије општине Нова Варош заштићено, Златар треба да се развија у домену активног одмора у летњем периоду. У зимском периоду обе планине се могу допуњавати и повећати конкурентност у односу на остале скијашке центре због међусобне близине.

Поред производа, Стратешким и оперативним планом туризма дестинације Златибор–Златар су дефинисани главни облици туристичких производа, инфраструктура, треднови и изазови у њиховом развоју (Табеле 9 и 10). На овај начин сваки туристички производ је представљен као пословно подручје у коме долази до размене вредности за новац.

Табела 9: Карактеристике одмора, кружних путовања, посебних интересовања и догађаја/културе

Одмори	Кружна путовања	Посебна интересовања	Догађаји/култура
Главни облици производа			
1. Хотели и слични капацитети 2. Приватни смештаји 3. Кампови	1. Индивидуални touring 2. Групни touring	1. Благе активности: камповање, пешачење, бициклизам, речна експедиција, активности везане уз природу, јахање, риболов, лов 2. Грубе активности: вожња кануом и кајаком, проучавање кањона, проучавање пећина, планински бициклизам, скијање, планинарење и пењање, параглидинг, рафтинг, слободно пењање, сафари	1. Културно-археолошки објекти 2. Спортски догађаји 3. Културни догађаји (позориште, филм, фестивали) 4. Музички догађаји (концерти, такмичења, фестивали) 5. Посебни интереси (гастрономија, сликарство, уметност)
Инфраструктура			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Уређене и тематизоване стазе ➤ Саобраћајна комуникација-путна и речна ➤ Категоризација и контрола приватаног смештаја ➤ Хотелска инфраструктура ➤ Општа инфраструктура ➤ Адекватне спортске и рекреационе активности и садржаји на/уз обалу 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Квалитетна саобраћајна инфраструктура ➤ Одговарајуће означавање и систем усмеравања посетилаца, као и систем интерпретације атракција и споменика ➤ Систем управљања посетиоцима ➤ Израда и дистрибуција рукотворина и аутентичних производа ➤ Снажне мреже информационог центара 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Мноштво ресурса и садржаја за активности ➤ Јасан, информативан, садржајан и привлачан web ➤ Локални транспорт ➤ Специјализована дестинација ➤ Специјализована активност 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Авио доступност ➤ Путна повезаност ➤ Карта догађаја усклађена са сезоном осталих производа ➤ Софистикација система управљања дестинацијом ➤ Прикладни простори за одржавање догађаја
Треднови и изазови			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Аспект квалитета који се може изразити кроз следеће облике: новац, квалитетни смештајни капацитети, квалитет услуга у дестинацији 2. Пораст популарности дестинација изван нормалног домета 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Растућа потреба за одморима са интензивним новим откривањима 2. Жеља за ближим односима са домаћинима-како би што боље упознали локалну културу, традицију, обичаје и дух простора 3. Тренд самосталног откривања и touringa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наступ предузећа која организују посебне интересе на специјализованим сајмовима, огласи у специјализованим часописима 2. Online Internet дистрибуција информација и понуде 3. Директан маркетинг путем поште, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стручан менаџмент 2. Више инвестирати 3. Јединственост, квалитет програма и специфичност простора где се догађај одржава 4. Развој тржишних ниша-уске специјализације и таргетирање посетилаца појединих догађаја

<p>лета</p> <p>3. Пораст значаја немасовних и егзотичних дестинација</p> <p>4. Тренд организовања путовања: onlajn booking, информисање итд.</p> <p>5. Нови производи у виду малих вила интегрисаних у хотелске комплексе</p> <p>6. Тренд комбиновања традиционалних услуга и садржаја с активностима посебних интересовања</p>	<p>захваљујући технологији</p> <p>4. Развој литерарног touginga заснован на књигама</p> <p>5. Постојање podcasts-могућност downloada аудио и осталих е-водича са страница туристичких заједница или DMO/DMC страница</p> <p>6. Креативни touger-нови сегмент потрошача који користе последњу технологију посебно цене аутентичност</p>	<p>слањем брошура, посебних понуда и информација постојећој бази клијената</p> <p>4. Појављивање нових дестинација у склопу проширења Европске уније</p>	<p>у складу са тематиком догађаја</p>
---	--	--	---------------------------------------

Извор: Стратешки и оперативни план туризма дестинације Златибор–Златар, 2013, стр.37-45.

Табела 10: Карактеристике пословни/МIСЕ, гастрономије, сеоског, спортског туризма и наутике

Пословни/МIСЕ	Гастрономија	Сеоски туризам	Спортски туризам	Наутика
Главни облици производа				
<p>1.Састанци-једнодневни или вишедневни</p> <p>2.Incentivi-облик награђивања запослених за постизање задатих циљева</p> <p>3.Конгреси и конференције-редован догађај фокусиран на тачно одређену област која привлачи значај број људи</p> <p>4.Догађања-сајмови, изложбе и корпоративне прославе</p>	<p>1.Примарни мотив-већ постојећа снажна понуда гастрономије региона</p> <p>2.Секундарни мотив-коришћење гастрономије у склопу других примарних мотива на професионални начин</p>	<p>1.Рурални животни стил-главни циљ је доживети у снажном интензитету све аспекте руралног живота, укључујући традиционалну гастрономију</p> <p>2.Активни рурални одмор-коришћење руралних простора за упражњавање спортских активности</p>	<p>1.Активни производ-активно и професионално бављење спортом</p> <p>2.Спортски догађаји-учесници, такмичари и посматрачи</p> <p>3.Благи производ-спорт као део редовног туристичког путовања</p>	<p>1.Крузинг-коришћење крузинг бродова-пасивна пловидба</p> <p>2.Јахтинг-коришћење малих бродова за пловидбу а ноћења се реализују на тим бродовима</p> <p>3.Динги-пловидба на разним пловилима а ноћења се реализују на копну-у смештајним капацитетима као што су хотели, апартмани, марине и сл.</p>
Инфраструктура				
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Адекватна конгресна инфраструктура ➤ Квалитетан хотелски смештај ➤ Авио и друмска доступност са међународним тржиштем ➤ Јака локална подршка ➤ Посебан web сајт прилагођен продаји и планерима догађаја ➤ Локални транспорт 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Активна пољопривредна производња ➤ Брендирање и заштита аутентичних пољопривредних и гастрономских производа ➤ Едукација и бенчмарк путовања 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Активна пољопривредна производња ➤ Брендирање и заштита аутентичних гастрономских производа ➤ Систем подстицаја и подршке малом и средњем предузетништву ➤ Едукација и бенчмарк путовања 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Мрежа отворених и затворених терена за различите групе спортова ➤ Додатни садржаји ➤ Додатна инфраструктура 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Мреже марина, пристаништа и привезишта ➤ Станице за гас ➤ Речна сигнализација ➤ Гранични прелази ➤ Садржаји уз пловила, специјализоване трговине и сл.
Треднови и изазови				
<p>1. Пораст важности Интернета као извора информација</p> <p>2. Туристи користе услуге DMC</p> <p>3. Тренд продужења пословног останка са комбиновањем кратког одмора</p> <p>4. Захтев за доживљајима нове</p>	<p>1. Самостално организовање путовања и доступност информација</p> <p>2. Важан квалитет-храна, вино</p> <p>3. Потрага за аутентичношћу</p> <p>4. Уживање и изазов чулима-</p>	<p>1.Самостално организовање путовања и доступност информација</p> <p>2.Захтев за доживљајима нове културе, духа дестинације и аутентичности</p> <p>3.Важност гастрономије</p>	<p>1.Коришћење ближих дестинација због снижавања трошкова</p> <p>2.Целодневни фокус на спорт са slabим перцепцијама о осталим могућностима које дестинација пружа</p>	<p>1.Све већа софистикација тржишта тражње</p> <p>2.Захтеви за очувањем природних ресурса</p> <p>3.Тражење разноликих могућности итинерера у кратком року</p> <p>4.Софистикација</p>

културе и аутентичности краја 5. Улога гастрономије 6. Захтеви за све вишим нивоом смештаја, превоза, услуга и активности	необично, ново	4. Потрага за контактом са природом и некадашњим временима	3. Прилагођавање захтевима у погледу смештаја и исхране	марина и лука наутичког туризма 5. Све снажнија конкуренција
---	----------------	--	---	---

Извор: Стратешки и оперативни план туризма дестинације Златибор–Златар, 2013, стр.37-45.

2.3.3. SWOT анализа планинских дестинација

SWOT анализа планинских дестинација упућује на следеће закључке (Просторни план подручја посебне намене НП "Тара", 2010; Просторни план подручја посебне намене специјалног резервата природе "Увац", 2010; Стратегија локалног економског развоја општине Чајетина, 2006; Стратегија одрживог развоја општине Нова Варош, 2009; Стратегија социо-економског развоја Златиборске области, 2010; Пословни план туристичке дестинације Златибор–Златар, 2007; Мастер план развоја туризма са пословним планом за планину Тару и њено окружење, 2007):

- Златибор има комплексан утицај на туристичко тржиште због броја и развијености смештајних капацитета;
- Правилним тржишним позиционирањем и маркетинг планом Златибор може минимизирати утицај постојеће и потенцијалне конкуренције и представити се као јединствен производ планинског центра и ваздушне бање и
- Златибор као примарни генератор туристичке тражње у овом делу Србије може утицати на развој Златара и осталих дестинација (због чега SWOT анализе не треба посматрати изоловано).

Табела 11: SWOT анализа Златибор

СНАГЕ	СЛАБОСТИ
<ol style="list-style-type: none"> 1.повољан географски положај 2.туристички центри и подручја у окружењу 3.постојећи капацитети у области туризма 4.разноврсност биљног света и шумски плодови 5.ресурси за развој сточарства 6.богато културно наслеђе 7.традиционално градитељство 8.имич села Златибора 9.традиција у преради млека и меса 10.традиционални производ "златиборски" 11.здрава животна средина 	<ol style="list-style-type: none"> 1.неасфалтирани путеви 2.неразвијен железнички саобраћај 3.неадекватна стратегија управљања комуналним отпадом 4.проблем водоснабдевања 5.проблем отпадних вода 6.недостатак регулационог плана 7.неадекватна искоришћеност природних потенцијала 8.недовољна сарадња међу субјектима за производњу хране 9..недостатак перманентне едукације 10.непланска изградња 11.непостојање националне стратегије у развоју руралног туризма 12.недостатак финансијских средстава за улагања у заштиту и унапређење животне средине
ШАНСЕ	ПРЕТЊЕ
<ol style="list-style-type: none"> 1.стране инвестиције и донације 2.инвестиције у побољшање инфраструктуре и смештајних капацитета 3.повезивање у кластере 4.тренд раста сертифицираних предузећа 5.међународна туристичка дестинација 6.развој екотуризма 7.сеоски кампови 8.специјализација у производњи 9.презентација производа 10.коришћење специфичних биљних лековитих врста 11.експлоатација термалних вода и алтернативних видова енергије 12.усвајање и поштовање регулатива везаних за заштиту и одржавање природних и културних ресурса и просторно уређење 	<ol style="list-style-type: none"> 1.економска криза 2.нестабилно политичко окружење 3.недостатак законске регулативе у области туризма 4.изостајак интереса инвеститора за улагање у туристичку регију 5.глобална конкуренција у понуди туристичких производа 6.недовољно улагање у маркетинг и промоцију туризма на нивоу РС 7.недовољна сарадња између локалних и републичких нивоа власти 8.левастирање локација погодних за туристичку тражњу 9.одлив младих и стручних кадрова

Табела 12: SWOT анализа Тара

СНАГЕ	СЛАБОСТИ
<p>1.лепота природе и разноликост пејзажа 2.реликтне и ендемичне биљне и животињске врсте 3.клима 4.еколошка очуваност ужег и ширег подручја НП Тара 5.богатство културне/историјске баштине 6.богатство локалне традиционалне гастрономије 7.подручје са ниским степеном загађења ваздуха 8.најшумовитије подручје Србије 9.пољопривредно земљиште и пашњаци погодни за производњу здраве хране 10.развој неких од кључних догађаја на подручју Таре и реке Дрине (нпр. Дринска регата)</p>	<p>1.недовољна валоризација природних ресурса у туристичке сврхе 2.недовољна валоризација културно-историјске баштине у туристичке сврхе 3.екстензивна градња која угрожава простор 4.непланска сеча шума, неконтролисано брање дивљих плодова, лековитог и ароматичног биља 5.демографско пражњење 6.непостојање система одвођења отпадних вода 7.проблеми угрожавања животне средине 8.непостојање смештајних капацитета високог ранга 9.квалитет запосленог особља 10.недовољно одржавање путне мреже 11.отежан пласман робе</p>
ШАНСЕ	ПРЕТЊЕ
<p>1.природни ресурси 2.пораст интересовања за просторима заштићене природе и активним одморима 3.могућност прекограничне и међурегионалне сарадње у развоју туризма 4.могућност прекограничне сарадње ради успостављања регионалног резервата биосфере 5.развој еколошки утемељених облика туризма заснованих на принципима одрживости 6.производња еколошки "здраве хране" 7.могућност брендирања локалних гастрономских производа 8.коришћење аеродрома Поникве за цивилни саобраћај и дефинисање локација за хелиодроме 9.реализација аутопутских коридора Е-761 и Е-763 10.могућност прекограничне сарадње кроз успостављање регионалног Резервата биосфере "Дрина"</p>	<p>1.опасност од девастације простора 2.опасност од екстензивног и непланираног коришћења природних ресурса 3.немогућност усклађивања пољопривредне производње у оквиру Националног парка Тара са режимом заштите еколошке целине 4.могућност уништавања заштићених простора у случају непланске изградње 5.недостатак интензивне промоције заштићених предела на домаћем и на иностраном тржишту 6.заостајање у инфраструктурном опремању 7.недовољна едукација локалног становништва 8.немогућност успостављања система мониторинга квалитета елемената животне средине 9.немогућност обезбеђивања материјалних средстава за инвестициона улагања 10.недовољно повезивање и усклађивање развоја туризма, пољопривреде и различитих услуга</p>

Табела 13: SWOT анализа Златар

СНАГЕ		СЛАБОСТИ	
<ol style="list-style-type: none"> 1. очувани природни ресурси 2. лековите климатске карактеристике 3. богатство воденим потенцијалима 4. достигнут степен развоја здравственог-лечилишног туризма 5. позитиван став локалног становништва према туристима 6. традиционални производи 7. здрава животна средина 	<ol style="list-style-type: none"> 1. недостатак смештајних капацитета који одговарају међународним стандардима у свим облицима смештаја 2. неодговарајућа саобраћајна повезаност са изворима тражње 3. недостатак професионално обликованих производа намењених иностраном тржишту и њихов пласман 4. непоштовање просторно урбанистичких регулатива 5. недовољна понуда активности на отвореном и излета у оквиру дестинације 		
ШАНСЕ		ПРЕТЊЕ	
<ol style="list-style-type: none"> 1. повољне тенденције на страни туристичке тражње 2. инвестиције у изградњу и подизање квалитета смештајних објеката и пратећих објеката 3. инвестиције у изградњи пратећих инфраструктурних објеката 4. инвестиције у побољшање друмске инфраструктуре 5. усвајање и поштовање регулатива везаних за заштиту и одржавање природних и културних добара 6. комерцијализација туристичког производа на домаћем и иностраном тржишту 7. даљи развој сеоског и екотуризма 	<ol style="list-style-type: none"> 1. економска криза 2. недостатак страних инвестиција 3. конкуренција у виду диферсификованих туристичких производа 4. недовољно улагање у промоцију и маркетинг 5. недостатак законске регулативе у области туризма 		

Табела 14: SWOT анализа Мокра Гора

СНАГЕ		СЛАБОСТИ	
<p>1. очувани природни ресурси</p> <p>2. смештајни и други атрактивни садржаји</p> <p>3. смањени антропогени утицаји на квалитет животне средине</p> <p>4. заштићена природна добра на планском подручју</p> <p>5. изграђена саобраћајна инфраструктура</p> <p>6. постојање традиционалних села са етно наслеђем.</p> <p>7. очуваност локалних обичаја, гастрономије и архитектуре</p> <p>8. постојање различитих облика туризма</p> <p>9. манифестациони туризам</p>	<p>1. мањи капацитети смештајних објеката</p> <p>2. неповезаност пољопривредних произвођача и прерађивачких капацитета</p> <p>3. недостатак увођења савремених технологија</p> <p>4. недостатак складишног простора (силоси, подна складишта, сушаре, хладњаче и сл.)</p> <p>5. недовољна заштита појединих делова заштићених простора</p> <p>6. стање постојеће путне инфраструктуре</p> <p>7. непостојање активних цивилних аеродрома у близини</p>		
ШАНСЕ		ПРЕТЊЕ	
<p>1. повољне тенденције на страни туристичке тражње</p> <p>2. инвестиције у изградњу олимпијског базен у центру села Мокре Горе</p> <p>3. визиторски центар у центру насеља Мокра Гора</p> <p>4. изградња, постављање и опремање информативно-туристичких пунктова</p> <p>5. изградња планинарских домова</p> <p>6. развој еколошки утемељених облика туризма</p> <p>7. услови за производњу еколошки "здраве хране"</p> <p>8. стварање бренда локалних производа</p> <p>9. пораст интересовања за просторима заштићене природе</p>	<p>1. економска криза</p> <p>2. недовољна едукација локалног становништва</p> <p>3. недостатак интензивне промоције заштићених предела како на домаћем тако и на иностраном тржишту</p> <p>4. демографско пражњење и старење становништва</p> <p>5. могућност уништавања заштићених простора у случају непланске изградње</p>		

3.ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ У ФУНКЦИЈИ ОЦЕНЕ РАЗВИЈЕНОСТИ ДЕСТИНАЦИЈА И ОКРУГА

3.1. Туристички промет планинских дестинација-обим и тенденције кретања

3.1.1. Анализа посећености Златибора

Детаљна евиденција броја туриста и њихових ноћења на Златибору се води од педесетих година двадесетог века. Познато је да су 1953. године на Златибору регистрована 1.393 туриста који су остварили 41.550 ноћења. Однос између броја ноћења и броја туриста указује на дуг просечан боравак. То је последица чињенице да су доминирали посетиоци који су се на Златибору лечили. Сви посетиоци су били из наше земље.

Страни туристи посећују Златибор први пут 1956. године. Реч је о страним путницима у транзиту који на Златибору ноће, али и пословним људима који бораве у Ужицу и околним градовима и део слободног времена проведе на Златибору. Туристи су до Златибора долазили асфалтираним путевима из правца Ужица и Кокиног Брода.

Туристички промет у периоду од 1955. до 2013. године мерен бројем долазака и ноћења туриста има позитиван тренд уз осцилације у појединим периодима (Табеле 15 и 16).

У периоду од 1955. до 1965. године број посетилаца и остварених ноћења је променљив и не прелази 5.000 посетилаца и 50.000 ноћења годишње. Најмањи број долазака је забележен 1955. године, а највећи 1965. године. За разлику од долазака најмање туристичких ноћења остварено је 1963. године, а највише 1955. године. У овом периоду са радом је почело Дечије одмаралиште (1956.).

Током периода 1966. до 1975. године промет туриста и њихових ноћења на Златибору показује значајан пораст у односу на претходни период. То је условљено порастом животног стандарда становништва, стабилним ценама услуга у туристичко-угоститељским објектима и брзим порастом моторизације, као и отварањем хотела "Палисад" (1965.) и Специјализованог лечилишта за хипертиреозу (1966.).

У 1967. години број туриста је приближно 20.000, а број ноћења је преко 100.000 посетилаца. Број ноћења 1971. године премашује 200.000, а долазака 45.000. Број страних туриста је 1974. године премашио 4.000, а број њихових ноћења 5.000.

Пруга од Београда до Бара са златиборском деоницом је пуштена у промет крајем новембра 1975. године. У истој години је почео са радом хотел "Дунав".

Почев од 1978. до 1990. године број туриста на Златибору је константно већи од 100.000 са минимумом 1989. (101.431) и максимумом 1985. године (119.050). У 1985. години је поред највећег броја долазака остварен и највећи број ноћења туриста од 691.000 што је рекордна посећеност која у каснијим годинама никада није постигнута.

До 1990. године са радом су почели: хотели "Зеленкада" (1982.), "Србија" (1984.) и "Југопетрол" (1988.).

Време после 1990. године карактерише распад СФРЈ, ратно стање у суседству СР Југославије, економска и политичка изолација, велика економска криза, пад животног стандарда и недостатак низа производа, што се негативно одразило на промет туриста на Златибору. Већина објеката је радила смањеним капацитетом и због слабе попуњености на граници рентабилитета или са губитком.

Туристички промет је пао на ниво из седамдесетих година, с обзиром да је број туриста почетком деведесетих година био око 60.000, а број ноћења око 350.000.

Табела 15: Кретање туристичке посећености Златибора 1955.-1989. године

године	доласци			ноћења		
	домаћи	страни	укупно	домаћи	страни	укупно
1955.	1.520	-	1.520	45.860	-	45.860
1956.	630	131	761	13.517	171	13.688
1957.	2.248	12	2.296	32.191	31	32.222
1958.	3.155	5	3.160	34.922	6	34.928
1959.	3.014	27	3.041	40.810	27	40.837
1960.	2.662	65	2.727	14.566	150	14.716
1961.	3.707	81	3.788	34.067	85	34.152
1962.	2.605	27	2.632	18.183	27	18.210
1963.	3.168	63	3.231	11.460	83	11.543
1964.	4.192	-	4.192	17.337	-	17.337
1965.	4.350	259	4.609	40.377	275	40.652
1966.	4.391	472	4.863	13.797	706	14.503
1967.	18.125	872	18.997	108.264	1.200	109.464
1968.	25.260	667	25.927	119.657	973	120.630
1969.	30.497	1.010	31.507	127.206	1.686	128.892
1970.	34.358	1.638	35.996	154.516	2.077	156.593
1971.	46.506	1.604	48.111	209.268	2.394	211.662
1972.	47.600	2.000	49.600	228.600	3.100	231.700
1973.	55.600	4.100	59.700	274.000	5.000	279.000
1974.	61.500	4.300	65.800	309.700	5.600	315.300
1975.	71.102	3.383	74.485	330.949	4.254	335.203
1976.	68.835	2.576	71.411	298.666	4.174	302.840
1977.	88.100	2.700	90.800	395.400	5.900	401.300
1978.	103.789	2.605	106.394	464.532	4.114	468.646
1979.	102.857	1.679	104.536	516.305	3.360	519.665
1980.	108.753	9.165	117.918	508.336	11.100	519.436
1981.	108.216	5.654	113.870	501.092	7.531	508.623
1982.	101.433	1.249	109.682	486.618	2.374	488.992
1983.	108.216	1.212	109.428	519.538	2.199	521.737
1984.	101.754	1.656	103.410	511.180	5.202	516.382
1985.	116.208	2.842	119.050	686.451	4.825	691.276
1986.	116.364	1.408	117.772	602.796	2.077	604.873
1987.	104.003	1.116	105.119	605.598	2.138	607.736
1988.	107.110	1.214	108.324	608.465	2.260	610.725
1989.	100.229	1.202	101.431	562.361	2.470	564.831

Извор података: Статистички годишњаци за наведене године. Савезни завод за статистику, Београд

У периоду од 1990. до 2013. године укупан број туриста није био већи од 100.000 посетилаца. Тек 2007. године броја туриста је достигао ниво из 1990. године. Најмањи број долазака је забележен 1994. и 1999. године због бомбардовања. Најмањи број ноћења је забележен у 1999. и 2003. години што представља и до два пута мање ноћења у односу на 1990. годину.

У 2008. години остварена је висока туристичка посећеност чему је допринело отварање обновљеног ски-центра Торник са жичаром. Број остварених ноћења у годинама са осетнијом посетом кретао се преко 400.000.

Табела 16: Кретање туристичке посећености Златибора 1990.-2013. године

године	доласци туриста						ноћења туриста					
	домаћи	индекс	страни	индекс	укупно	индекс	домаћи	индекс	страни	индекс	укупно	индекс
1990.	109.979	100	994	100	110.973	100	640.893	100	2.720	100	643.613	100
1991.	84.235	77	600	60	84.835	76	523.165	82	2.988	110	526.153	82
1992.	98.435	89	286	29	98.721	89	578.373	90	1.105	41	579.478	90
1993.	60.106	55	250	25	60.356	54	358.875	56	918	34	359.793	56
1994.	59.237	54	783	79	60.020	54	370.979	58	1.840	68	372.819	58
1995.	75.196	68	837	84	76.033	69	456.077	71	2.421	89	458.498	71
1996.	70.048	64	932	94	70.980	64	423.709	66	3.017	111	426.727	66
1997.	69.939	64	1.293	130	71.232	64	425.992	66	3.107	114	429.099	67
1998.	80.160	73	1.415	142	81.575	73	490.953	77	5.029	185	495.982	77
1999.	50.580	46	769	77	51.349	46	302.664	47	2.732	100	305.396	47
2000.	70.710	64	2.906	292	73.616	66	432.748	67	11.861	436	444.609	69
2001.	74.747	68	3.573	359	78.320	71	441.597	69	13.821	508	455.418	71
2002.	68.985	63	4.137	416	73.122	66	372.612	58	15.037	553	387.649	60
2003.	66.349	60	4.528	456	70.877	64	314.862	49	15.827	582	330.689	51
2004.	77.300	70	5.891	593	83.191	75	326.081	51	17.524	644	343.605	53
2005.	73.294	67	7.224	727	80.518	73	324.252	50	21.419	787	345.671	54
2006.	79.385	72	8.617	867	88.002	79	348.057	54	28.555	1049	376.612	59
2007.	89.117	81	12.496	1257	101.613	92	394.753	62	38.934	1431	433.687	67
2008.	90.008	82	13.846	1393	103.854	94	390.135	61	46.339	1704	436.474	68
2009.	79.809	73	13.284	1336	93.093	84	345.352	54	43.625	1604	388.977	60
2010.	88.039	80	16.785	1689	104.824	94	352.583	55	51.641	1898	404.224	63
2011.	93.776	85	19.526	2124	116.302	104	410.833	64	64.467	2370	475.300	74
2012.	92.749	84	18.185	1829	110.934	99	401.703	63	61.660	2267	463.363	72
2013.	93.858	85	21.118	2124	114.976	104	388.344	60	67.415	2478	455.759	71

Извор: Општине у Србији, 1991.-2014. Републички завод за статистику, Београд

Почетак двадесетпрвог века, поред стабилизације економских токова, довео је и до изградње нових и модернизације постојећих смештајних капацитета пре свега у приватном власништву што је утицало на већу туристичку посећеност.

Са радом су почели хотели "Олимп" (2001.), "Президент" (2005.), "Мона" (2007.), "Идила" (2011.) и "Мир" (2012.) као и relax центар хотела "Палисад" (2012.), нови део хотела "Мона" (2013.) и реновиран Б блок хотела "Палисад" (2014.) Хотел "Ружа

ветрова" је у фази изградње као и реновирање хотела "Дунав". Планирана је изградња апартаментских насеља у Семегњеви и Рибници, ауто камп на Тић пољу и гондоле.

У укупној посећености Златибора домаћи и страни туристи немају подједнак значај. Домаћа туристичка тражња представља преовлађујући сегмент туриста који учествује са више од 90% у укупном броју туриста током посматраног периода. Домаћи туристи у доласцима у просеку учествују са 93%, а у ноћењима са 98%. Највеће учешће страних туриста у доласцима и ноћењима је остварено 2013. године (18% и 15%).

Анализа туристичке посећености по месецима показује да највећи број туриста (преко 60.000) посетио Златибор у августу, док је најмањи у новембру (24.000) (Табела 17 и График 3). Преко 70.000 туриста је забележено у августу у периоду од 2010. до 2012. године.

Преко 50.000 туриста посетило је ову дестинацију у јануару и јулу, који спадају у посећене месеце, поред августа. Преко 60.000 туриста у јануару је забележено у 2012., а преко 70.000 у јулу 2011. године.

На основу анализе туристичке посећености по месецима може се закључити да летња сезона више доприноси туристичком промету него зимска сезона (учешће посећености у летњој сезони у укупној посећености је 64%).

Дистрибуција туристичког промета по месецима указује да је Златибор посећенији лети него зими зато што није изразит зимски скијашки центар, нема довољно изграђену супраструктуру за зимске спортове и да Србија постаје све наглашенија континентална земља где део домаћих туриста проводи годишњи одмор током летњих месеци на планинама.

Табела 17: Посећеност Златибора по месецима и просечна посећеност

године месеци	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Х
јануар	68934	59634	55277	34635	37189	42080	57410	59618	64939	59518	37473	56127	64443	56368	53831
фебруар	41284	44257	34202	33603	46457	42949	36901	43501	44343	33939	25028	43368	37676	46368	39562
март	35989	43074	34414	22325	19257	25620	23685	32162	33864	33634	24923	34212	31491	38869	30965
април	34733	37861	30088	29480	25535	28012	35149	40744	48001	42091	36615	41803	42399	41056	36683
мај	40489	39729	42855	42029	38095	45230	39065	53469	55140	56448	50225	66315	55285	58693	48790
јун	41758	46285	37193	34935	39834	46327	36603	44951	53531	46554	56853	58205	66526	55728	47520
јул	62662	53085	50588	44479	43856	40486	46512	47750	52764	48404	64948	71237	65439	57348	53539
август	74885	67240	58236	54286	52048	49249	58162	60767	59279	58113	70915	74768	71937	69170	62789
септембар	38664	34280	32031	28528	29004	33039	39693	32836	33353	30578	44924	41293	41304	44213	35981
октобар	26838	38380	33054	35321	48245	39467	35460	44830	39049	35025	47050	46565	48830	41709	39987
новембар	22034	29435	24400	20023	25644	13808	26026	30954	26273	17584	23775	28721	24233	28983	24420
децембар	29955	40478	28433	21922	21632	19922	29948	43718	29792	20182	26319	28988	24734	32230	28446

Извор: Саопштења-Туристички промет по месецима, 2000.-2013. Републички завод за статистику, Београд

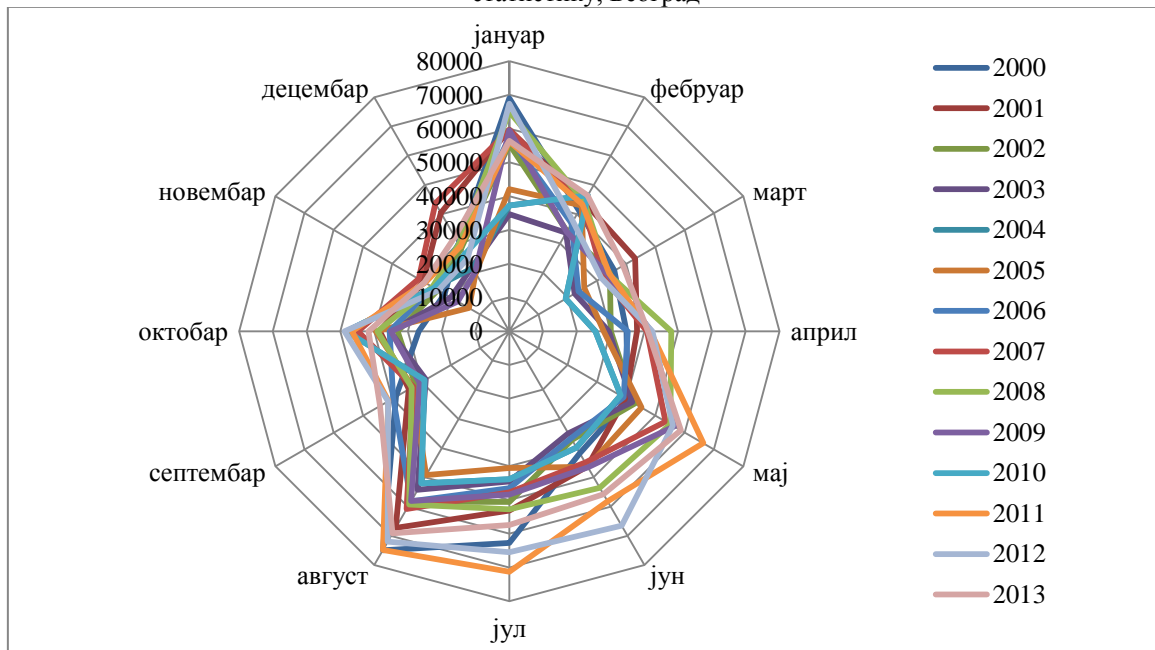


График 3: Посећеност Златибора по месецима

Просечна дужина боравка на Златибору је 5 дана што указује на преовладавање сегмента туристичке тражње усмерене ка боравишном туризму. Међутим, анализа овог индикатора по сегментима домаћих и страних туриста указује на следеће:

- Златибор карактеришу релативно краћи боравци и тенденција скраћивања боравка у периоду од 2003. до 2013. године. Овакво стање се објашњава смањеним бројем оних који долазе ради лечења и повећањем броја оних који долазе на конгресе и стручне скупове, кратко се задржавају у транзиту или проводе дане викенда што указује на промену у структури посетилаца и мотивима боравка.
- Страни туристи се у просеку задржавају 2,8 дана. Дужина њиховог боравка се продужава преко 3 дана од 2006. године што, такође, указује на преовладање тржишног сегмента који нема у првом плану класичан боравак ради одмора и рекреације.
- Укупан туристички промет на Златибору је већи у односу на податке званичне статистике и разлика се појављује као последица укључивања приватног смештаја (приватно издатих соба, апартмана, кућа). Тако је према подацима Туристичке организације Златибор почев од 2002. године, Златибор посетило преко 1 милион туриста, од чега је приближно остварено 15.000 ноћења страних туриста (Пословни план туристичке дестинације Златибор–Златар, 2007). Ови подаци су 4 пута већи за укупан број туриста, односно 3 пута већи за стране туристе него што је забележила званична статистика. Због тога су и подаци о просечном боравку туриста већи на основу података Туристичке организације Златибор.
- Према подацима Туристичке организације Златибор у 2011. години домаћи туристи најдуже задржали у "Чиготи" (7,49 дана) и "Голији" (7,39 дана), а у 2010. години у "Голији", "Чиготи" и "Одмаралишту Планум". Просечна дужина боравка домаћих туриста краћа од три дана указује на присуство викенд туризма у хотелима "Мона", "Олимп", "Палисад", СТЦ "Златибор", "Президент" и "Зеленкада" (Табела 18).
- Страни туристи најдуже бораве у "СТЦ Златибор" (5,17 дана) и "Чиготи" (4,88 дана). Најкраће бораве у "Вису" и "Президенту". Просечна дужина боравка страних туриста према појединим смештајним објектима може да укаже на присуство продуженог викенда у структури посећености (Табела 19).

Страни туристи су већином из Републике Српске и Црне Горе а њихова потрошња је слична домаћој.

Табела 18: Просечна дужина боравака домаћих гостију на Златибору

објекти	2009.	2010.	2011.
Чигота	7,36	5,97	7,49
Дунав	5,91	-	-
Голија	6,36	6,97	7,39
Мона	2,93	2,92	3,1
Олимп	3,12	2,56	2,71
Палисад	3,15	2,8	2,99
Одмаралиште Планум	5,8	5,56	5,71
Студентско одмаралиште	4,61	5,44	4,81
СТЦ Златибор	3,26	2,88	3,49
Президент	3,2	2,95	2,57
Вис	5,51	3,72	4,5
Зеленкада	2,97	5,7	4,64

Извор: Туристичка организација Златибор

Табела 19: Просечна дужина боравка страних гостију на Златибору

објекти	2009.	2010.	2011.
Чигота	4,67	4,49	4,88
Дунав	3,17	-	-
Голија	-	-	-
Мона	2,62	2,89	2,86
Олимп	2,43	3,02	2,76
Палисад	3,04	2,72	2,97
Одмаралиште Планум	3,0	4,29	-
Студентско одмаралиште	3,41	3,08	3,66
СТЦ Златибор	3,6	2,98	5,17
Президент	1,42	3,25	1,9
Вис	2,66	2,1	2,64
Зеленкада	1,66	3,42	2,99

Извор: Туристичка организација Златибор

3.1.2. *Анализа посећености Таре*

Туристичка посећеност Таре се прати од 1966. године када је забележено 2.299 туриста који су остварили 12.796 ноћења. Број страних туриста био је 40, а број ноћења је 63. До 1966. године је изграђен Туристички дом у Шљивовици (1956.) и мотел "Оморика" (1962.).

Туристички промет у периоду од 1966. до 2013.године мерен бројем долазака и ноћења туриста има стабилан тренд уз осцилације у појединим периодима (Табеле 20 и 21).

Табела 20: Кретање туристичке посећености Таре 1966.-1989. године

године	доласци			ноћења		
	домаћи	страни	укупно	домаћи	страни	укупно
1966.	2.259	40	2.299	12.733	63	12.796
1972.	8.900	-	8.900	55.100	200	55.300
1973.	11.400	-	11.400	81.300	400	81.700
1974.	9.200	-	9.200	89.100	400	89.500
1975.	17.500	100	17.600	92.100	200	92.300
1976.	14.300	0	14.300	81.300	200	81.500
1977.	10.100	0	10.100	72.900	100	73.000
1978.	31.200	0	31.200	140.000	100	140.100
1979.	35.100	100	35.200	204.700	200	204.900
1980.	40.100	100	40.200	252.300	400	252.700
1981.	50.100	100	50.200	323.500	300	323.800
1982.	46.300	300	46.600	327.500	500	328.000
1983.	59.400	600	60.000	359.700	1.300	361.000
1984.	51.902	635	52.537	360.730	1.000	361.730
1985.	59.069	607	59.676	370.455	1.008	371.463
1986.	68.646	917	69.563	457.999	2.597	460.596
1987.	66.641	1.080	67.721	398.011	1.853	399.864
1988.	70.824	1.242	72.066	412.482	2.612	415.094
1989.	70.362	776	71.138	440.734	2.470	443.204

Извор података: Статистички годишњаци за наведене године. Савезни завод за статистику, Београд

У периоду од 1966. до 1975. године промет туриста и њихових ноћења показују значајан пораст. У 1975. години број туриста је приближно 17.000, а број ноћења је преко 90.000.

У периоду од 1976. до 1981. године туристички промет је задржао тенденцију раста тако да број туриста достиже 50.000, а број ноћења је преко 300.000. У овом периоду се повећава број смештајних капацитета оснивањем Војне установе "Тара" (1977.) и изградњом Дечијег одмаралишта Митровац на Тари (1979.), тако да је у 1981. години остварено 3,5 пута више долазака и 4 пута више ноћења него 1976. године.

У периоду од 1981. до 1989. године туристички промет нема значајнију тенденцију раста тако да је 1989. остварено 1,4 пута више долазака и 1,37 пута више ноћења него 1981. године.

У овом периоду проглашен је Национални парк Тара (13. јула 1981. године) на укупној површини од 19.175,00 ха. На подручју националног парка дозвољен је плански лов, риболов и туризам.

Дешавања на простору бивше СФР Југославије, током деведесетих година двадесетог века, доводе до смањењог туристичког промета.

У периоду од 1990. до 2013. године туристички промет има тенденцију смањивања у односу са 1981. годину, док је пад још израженији ако се посматра у односу на 1989. годину. У 1998. години долази до повећања туристичког промета у односу на претходне године што може бити последица извесног побољшања животног стандарда.

Највећи број долазака туриста (73.0000) забележен у 1998. години, а највећи број ноћења (460.000) у 1986. години.

У периоду од 2010. до 2013. године повећава се број долазака и ноћења који у просеку износе 51.000 односно 191.000 ноћења туриста. У 2009. години отворене су две ски стазе (поред хотела "Оморика" и "Бели Бор"). У 2010. години са радом је почела ски стаза "Награмак" у близини Митровца. У овом периоду су модернизовани хотели "Оморика" и "Бели Бор"⁹.

⁹Ови хотелско-угоститељски објекти своје услуге заснивају на јединственим процедурама интегрисаног система менаџмента по унапред дефинисаним стандардима (ISO 9000, ISO 14000 и ISO 18000).

Табела 21: Кретање туристичке посећености Таре 1990.-2013. године

године	доласци туриста						ноћења туриста					
	домаћи	индекс	страни	индекс	укупно	индекс	домаћи	индекс	страни	индекс	укупно	индекс
1990.	67.000	100	536	100	67.536	100	395.946	100	1.704	100	397.650	100
1991.	35.276	53	174	32	35.450	52	189.179	48	920	54	190.099	48
1992.	52.030	78	117	22	52.147	77	328.586	83	437	25	329.023	82
1993.	12.897	19	10	2	12.907	19	66.458	17	59	3	66.517	16
1994.	17.653	26	90	17	17.743	26	94.737	24	159	9	94.896	23
1995.	13.584	20	67	12	13.651	20	65.091	16	144	8	65.235	16
1996.	25.572	38	529	98	26.101	39	110.109	27	2.742	161	112.851	28
1997.	30.942	46	421	78	31.363	46	125.435	32	778	45	126.213	32
1998.	72.358	108	1.111	207	73.469	108	360.060	91	2.466	144	362.526	91
1999.	28.452	42	782	146	29.234	43	118.422	30	1.999	117	120.421	30
2000.	43.699	65	1.334	249	45.033	67	172.185	43	4.025	236	176.210	44
2001.	43.668	65	1.776	331	45.444	67	200.012	50	6.964	408	206.976	52
2002.	43.978	66	2.025	378	46.003	68	189.394	48	5.376	315	194.770	49
2003.	43.804	65	1.059	197	44.863	66	194.757	49	3.640	213	198.397	50
2004.	43.898	65	1.903	355	45.801	68	159.662	40	6.258	367	165.920	42
2005.	48.400	72	2.465	459	50.865	75	185.976	47	7.121	418	193.097	48
2006.	44.695	67	3.210	599	47.905	71	147.911	37	9.888	580	157.799	39
2007.	53.738	80	3.128	583	56.866	84	183.667	46	10.189	598	193.856	48
2008.	52.103	78	3.938	735	56.041	82	172.519	43	10.182	597	182.701	46
2009.	46.268	69	3.829	714	50.097	74	154.958	39	10.428	612	165.386	42
2010.	46.589	69	4.418	824	51.007	76	158.920	40	1.840	108	160.760	40
2011.	51.731	77	3.751	699	55.482	82	186.293	47	12.021	705	198.314	50
2012.	60.480	90	4.292	800	64.772	96	239.638	60	14.676	861	254.314	64
2013.	52.498	78	5.376	1003	57.874	86	210.391	53	17.372	1019	227.763	57

Извор података: Општине у Србији, 1991.-2014. Републички завод за статистику, Београд

У укупној посећености Таре домаћа туристичка тражња представља преовлађујући сегмент туриста који учествује са више од 98% у укупном броју туриста током посматраног периода. Највеће учешће страних туриста у доласцима и ноћењима је остварено 2013. године (9% и 8%).

Дистрибуција туристичког промета по месецима показује растући значај летње сезоне са највећом посећеношћу у мају што је последица оранизовања школе у природи-рекреативне наставе и боравка деце у оквиру "Школе пријатељства".

Просечан број туриста по месецима не прелази 30.000 туриста и креће се од 10.000 туриста у новембру до 27.000 у мају. Посећеност у јануару, јуну, јулу и октобру је уједначена и износи приближно 22.000 туриста, изузев августа са преко 23.000 туриста (Табела 22 и График 4).

У мају 2013. године на Тари је забележено преко 40.000 туриста што је највећа посећеност у једном месецу од 2000.-2013. године.

Разлика између најмање и највеће посећености по месецима је 17.000, док је на Златибору 38.000 што указује на већи утицај одређених месеци на кретање туристичког промета Златибора.

Табела 22: Посећеност Таре по месецима и просечна посећеност

месеци	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	х-
јануар	25975	22485	20912	23696	17366	19647	22251	26164	23075	21940	17366	13175	27200	25691	21924
фебруар	18398	24134	23713	25189	24190	22526	10006	16365	12378	14333	24190	11069	19386	21522	19099
март	11933	25946	23800	34686	11847	14070	15569	19602	13606	16634	11847	11926	22502	18065	18002
април	9740	19992	15253	21090	19018	21016	17184	25870	22025	18824	19018	27724	25142	34481	21169
мај	18647	21400	25587	28318	21952	24145	28112	31903	31005	26509	21952	28504	37070	42280	27670
јун	16497	22829	21259	21027	16897	23421	21588	18065	20671	16397	16897	36730	31470	35463	22800
јул	26308	20796	22279	16679	18540	20584	17180	21823	25656	21855	18540	28212	31652	30018	22865
август	27116	22814	22979	21257	18545	18770	21325	22615	26716	24527	18545	28493	28750	30228	23762
септембар	20692	14865	12454	12031	12910	19319	15554	14383	17466	14110	12910	13185	14445	11970	14735
октобар	14636	22083	21244	15608	24080	30760	11712	25243	25521	25371	24080	29595	29764	17065	22625
новембар	13833	14761	11536	10715	10661	13547	10494	12766	8179	7504	10661	7387	8578	6577	10514
децембар	17535	20315	19757	12964	15715	16157	14729	15923	12444	7479	15761	17796	13201	11449	15087

Извор: Саопштења-Туристички промет по месецима, 2000.-2013. Републички завод за статистику, Београд

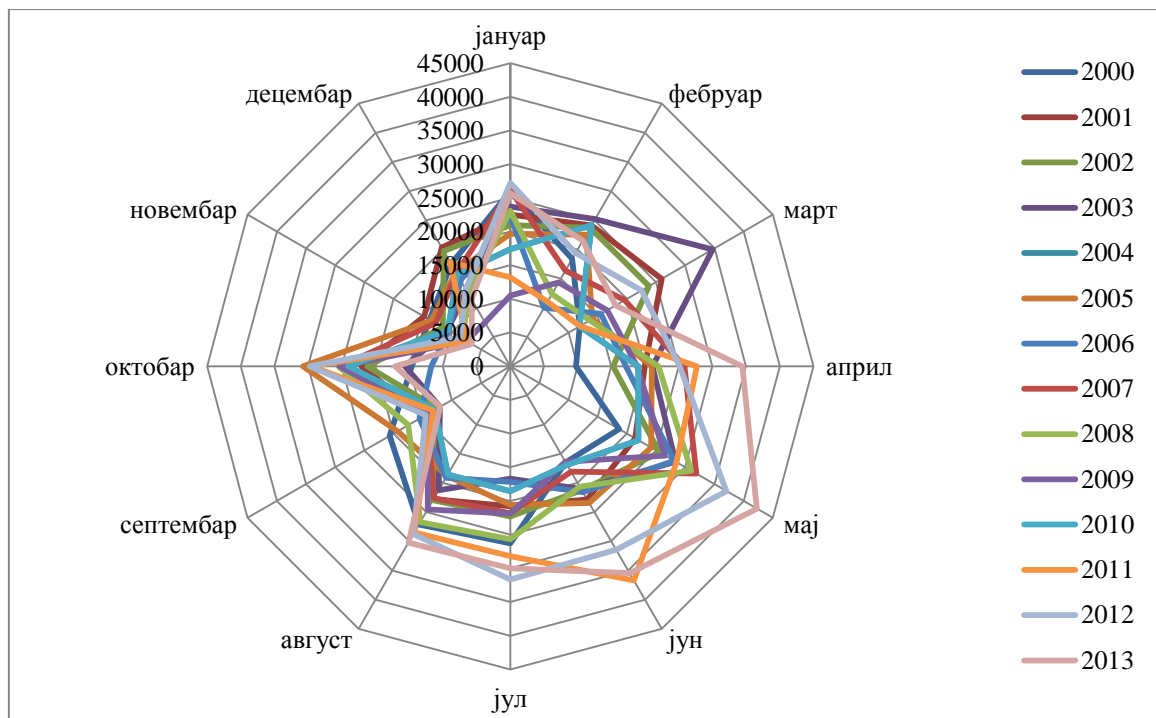


График 4: Посећеност Таре по месецима

Просечна дужина боравка на Тари је 5 дана што указује на преовладавање сегмента туристичке тражње усмереног ка боравишном туризму. Међутим, анализа овог индикатора указује на следеће:

- Тару карактерише тенденција скраћивања боравка, најпре на боравак краћи од 5 дана од 1995. године, затим на краћи боравак од 4 дана од 2004. године. Ове промене могу да буду индикатор појаве тржишног сегмента који нема у првом плану класичан боравак ради одмора и рекреације.
- Просечна дужина боравка страних туриста је 2,7 дана и има тенденцију повећања од 2011. године, када страни туристи бораве дуже од 3 дана. Ово је последица израженог повећања броја ноћења страних туриста који износи преко 17.000 у 2013. години што у туристичком промету Таре никада није забележено.
- Страни туристи у хотелима Војне установе "Тара" бораве у просеку 2,5 дана, а домаћи туристи 3,5 дана. Припадници Министарства одбране и Војске Србије у просеку бораве око 5 дана.

3.1.3. *Анализа посећености Златара*

Туристичка понуда Златара формирана је крајем шездесетих и почетком седамдесетих година двадесетог века, када је отворен хотел "Панорама" (1969.). Поред "Панораме", смештајну понуду Златара касније је допунио РХ Центар "Златар".

Подаци о туристичкој посећености се бележе од 1970. године. У периоду од 1971. до 1988. године туристички промет мерен бројем долазака и ноћења туриста има позитивну динамику уз осцилације у појединим годинама. Најмањи број долазака је забележен 1972. године (1.600), да би наредних година растао туристички промет. Највећи број долазака достигнут је 1978. године (28.800).

Најмањи број ноћења је забележен, такође, 1972. године, да би се наредних година повећавао и достигао 100.000 у 1978. години. У 1986. години је забележен највећи број ноћења (121.687) који у каснијим годинама никада није достигнут.

Од 1989. године забележене су негативне тенденције у кретању долазака и ноћења туриста.

Табела 23: Кретање туристичке посећености Златара 1971.-1989. године

године	доласци			ноћења		
	домаћи	страни	укупно	домаћи	страни	укупно
1971.	7.185	-	7.185	23.691	-	23.691
1972.	1.500	100	1.600	4.200	200	4.400
1973.	4.800	300	5.100	15.600	500	16.100
1974.	5.600	1.200	6.800	27.600	1.400	29.000
1975.	12.700	500	13.200	38.000	1.600	39.600
1976.	5.700	400	6.100	52.900	800	53.700
1977.	16.900	300	17.200	53.800	600	54.400
1978.	28.500	300	28.800	100.700	400	101.100
1979.	13.900	200	14.100	63.500	300	63.800
1980.	8.600	200	8.800	57.500	400	57.900
1981.	10.200	100	10.300	56.400	300	56.700
1982.	7.800	100	7.900	48.100	100	48.200
1983.	7.500	100	7.600	57.200	600	57.800
1984.	8.565	98	8.663	52.718	248	52.966
1985.	11.880	139	12.019	99.303	309	99.612
1986.	12.080	146	12.226	121.529	158	121.687
1987.	10.210	254	10.464	118.848	273	119.121
1988.	10.472	163	10.635	113.274	202	113.476
1989.	9.069	204	9.273	105.821	213	106.034

Извор података: Статистички годишњаци Југославије за наведене године. Савезни завод за статистику, Београд

Економска криза, распад земље, санкције и друге друштвене и економске појаве у периоду деведесетих година утицале су и на туристички промет на Златару. Ако се узме у обзир да се на Златару већ почетком деведесетих година перманентно смањивала туристичка посећеност, што је карактеристично за цео период од 1990. до 2013. године, може се закључити да се планина у дужем временском периоду стагнира у туристичком развоју (Табела 24).

Новије позитивне тенденције у развоју Златара као туристичке дестинације су везане за:

- отварање скијалишта Бријежђа 2012. године,
- решавање имовинско-својинских односа везаних за РХ Центар "Златар" који је био затворен 2010. године и који је општина Нова Варош преузела у априлу 2014. године,

Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа

- модернизација и реконструкција хотела "Панорама" од стране Туристичко-спортског центра у 2013. години и
- отварање хотела "Златарски златник" 2013. године.

Табела 24: Кретање туристичке посећености Златара 1990.-2013. године

године	доласци туриста						ноћења туриста					
	домаћи	индекс	страни	индекс	укупно	индекс	ноћења	индекс	страни	индекс	укупно	индекс
1990.	9.446	100	131	100	9.577	100	85.588	100	145	100	85.733	100
1991.	5.540	59	36	27	5.576	58	38.757	45	36	25	38.793	45
1992.	7.561	80	8	6	7.569	79	37.105	43	8	5	37.113	43
1993.	3.185	34	3	2	3.188	33	35.088	41	3	2	35.091	41
1994.	4.847	51	-	-	4.847	51	26.519	31	-	-	26.519	31
1995.	6.257	66	1	0,76	6.258	65	31.617	37	7	5	31.624	37
1996.	3.511	37	17	13	3.528	37	16.790	19	17	11	16.807	19
1997.	3.542	37	6	4	3.548	37	13.728	16	6	4	13.734	16
1998.	5.329	56	19	14	5.348	56	22.042	25	19	13	22.061	25
1999.	3.288	35	9	6	3.297	34	16.960	19	17	11	16.977	19
2000.	5.096	54	96	73	5.192	54	25.506	29	353	243	25.859	30
2001.	4.701	49	70	53	4.771	50	19.209	22	70	48	19.279	22
2002.	4.606	48	117	89	4.723	49	42.541	49	117	80	42.658	49
2003.	6.149	65	405	309	6.554	68	61.318	71	405	279	61.723	72
2004.	4.848	51	371	283	5.219	54	24.868	29	371	255	25.239	29
2005.	3.077	32	663	506	3.740	39	12.243	14	833	574	13.076	15
2006.	9.015	95	722	551	9.737	101	23.412	27	738	509	24.150	28
2007.	7.122	75	551	420	7.673	80	25.115	29	1.300	896	26.415	31
2008.	13.877	146	1.516	1157	15.393	160	71.733	84	3.392	2339	75.125	87
2009.	10.550	111	1.066	813	11.616	121	59.938	70	1.713	1181	61.651	72
2010.	6.946	73	716	546	7.662	80	29.612	34	1.285	886	30.897	36
2011.	4.823	51	749	572	5.572	58	13.678	16	1.863	1285	15.541	18
2012.	4.222	45	673	514	4.895	51	11.459	13	1.287	888	12.746	15
2013.	5.895	62	1.086	829	6.981	73	14.114	16	2.274	1568	16.388	19

Извор: Општине у Србији, 1991.-2014. Републички завод за статистику, Београд

Структура долазака туриста на Златар показује да домаћи туристи учествују у доласцима са више од 96% и са 99% у ноћењима туриста. У 2005. години је забележено највеће учешће долазака страних туриста (17%).

Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа

Дистрибуција туристичког промета по месецима показује да је Златар, као и Златибор и Тара, посећенији лети него зими. Међутим, број туриста на Златару је 6 односно 10 пута мањи од просечног броја туриста на Тари и Златибору.

Просечан број туриста је највећи у августу и износи приближно 5.300. Најпосећенији месец, поред августа је јул са око 5.000 туриста. Најмање посећени месеци су март и новембар са око 1.700 туриста (Табела 25 и График 5).

Табела 25: Посећеност Златара по месецима и просечна посећеност

месеци	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	χ ²
јануар	1929	300	1314	11520	1247	1266	3053	3265	4746	8035	1247	3246	1832	1535	3181
фебруар	1395	3409	4833	10237	4443	2113	977	1756	688	2966	4443	316	156	460	2728
март	1337	1052	2530	10237	495	366	406	687	4021	2332	495	427	194	343	1780
април	2164	2334	1527	9531	5570	731	1449	3120	5576	3953	5570	2675	1208	493	3278
мај	2462	624	376	6993	2934	355	4814	3096	9731	11417	2934	1001	1249	4420	3743
јун	2384	2223	1485	6339	2481	2090	4389	2687	8278	9461	2481	1880	1581	1760	3537
јул	5385	2694	4052	3229	3474	1737	4555	3366	17410	10191	3474	2824	2837	3893	4937
август	6649	3473	3604	4390	3948	2307	6099	5891	12498	9824	3948	3372	4278	4262	5324
септембар	5674	3988	2637	1696	1904	2636	3689	2555	9034	7159	1904	1757	2394	2288	3522
октобар	1201	2921	487	3058	3021	2318	3670	6897	9271	4922	3021	2218	1293	1760	3289
новембар	367	825	13113	774	399	356	432	768	3144	2141	399	621	231	899	1747
децембар	104	207	11423	273	542	541	354	/	6121	866	8643	776	388	1256	2249

Извор: Саопштења-Туристички промет по месецима, 2000.-2013. Републички завод за статистику, Београд

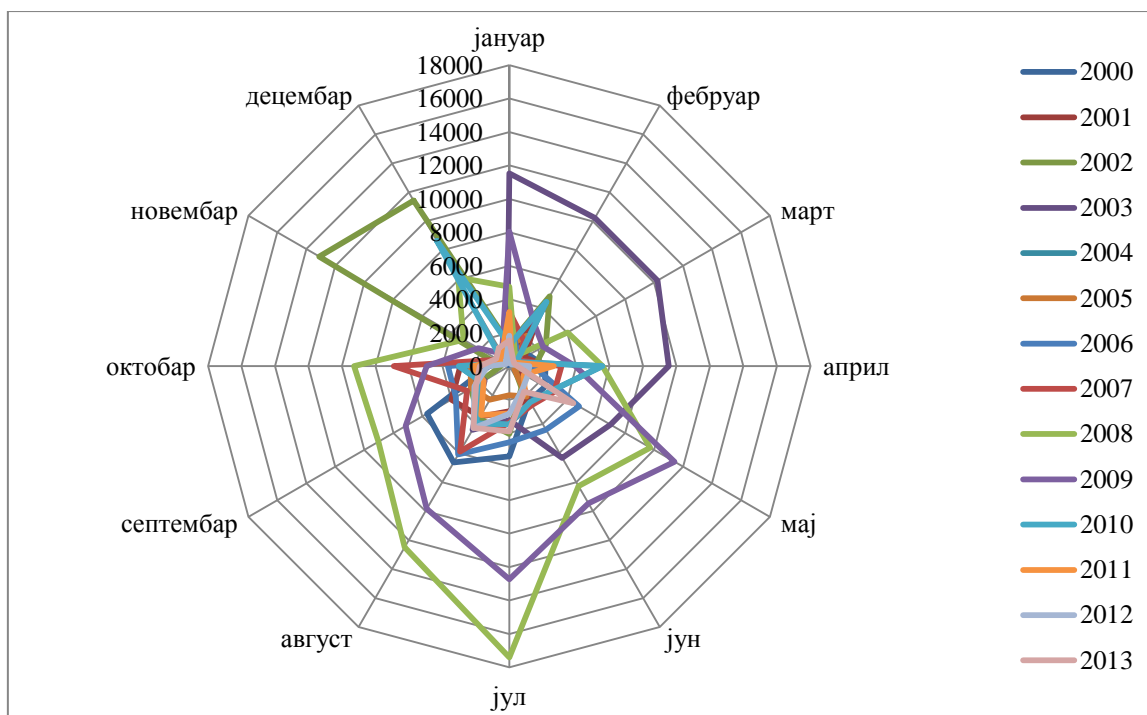


График 5: Посећеност Златара по месецима

Просечна дужина боравка на Златару је 5,8 дана. Међутим, анализа овог индикатора указује на следеће:

- Златар карактерише тенденција смањивања просечне дужине боравка која је 1987. и 1993. године износила је 11 дана. Просечна дужина боравка је краћа од 5 дана од 2004. године, да би у 2010. години износила 2,3 дана. Овако кратак боравак је последица затварања РХ Центар "Златар" што указује на чињеницу да је сегмент здравственог туризма има преовлађујући утицај на дужину боравка. Међутим, процена туристичке организације Златар показује да се остварује већи туристички промет од статистички исказаног (Мастер план туристичке дестинације Златибор–Златар, 2007). Тако је у 2005. години забележено 14.958 туриста који су остварили 74.010 ноћења, односно боравили просечно 4,9 дана док је према подацима званичне статистике просечна дужина боравка 3,5 дана.
- Страни туристи у просеку бораве 1,8 дана. Најдуже су боравили 2000. године 3,7 дана. Највећи број ноћења је забележен у 2008. години (3.392 ноћења).

3.1.4. *Анализа посећености Мокре Горе*

Први подаци о туристичкој посећености Мокре Горе су забележени 2007. године када је ову планину посетило 3.066 туриста, који су остварили 5.182 ноћења.

На кретање туристичког промета на Мокрој Гори је утицало одржавање међународног филмског фестивала "Кустендорф" од 2008. године и отварање скијашког центара Ивер и хотела "Младост" у 2009. години.

У 2008. години је подручје Мокре Горе проглашено пределом изузетних одлика "Шарган-Мокра Гора" (Уредба о заштити предела изузетних одлика "Шарган-Мокра Гора", 2005). У 2011. години отворен је Визиторски центар Парка природе "Шарган-Мокра Гора".

Туристичка посећеност расте убрзано до 2011. године, од када је почела тенденција споријег раста долазака туриста.

Табела 26: Кретање туристичке посећености Мокре Горе од 2007.-2013. године

године	доласци туриста						ноћења туриста					
	домаћи	индекс	страни	индекс	укупно	индекс	домаћи	индекс	страни	индекс	укупно	индекс
2007.	2.551	100	515	100	3.066	100	3.750	100	1.432	100	5.182	100
2008.	3.759	147	1.423	276	5.182	169	7.687	205	2.608	182	10.295	198
2009.	5.629	220	2.957	574	8.586	280	10.297	274	5.031	351	15.328	295
2010.	6.617	259	4.069	790	10.686	348	12.345	329	6.763	472	19.108	368
2011.	7.770	305	5.039	978	12.809	418	14.685	392	7.474	522	22.159	428
2012.	7.655	300	5.884	1142	13.539	442	16.855	449	9.483	662	26.338	508
2013.	7.119	279	6.883	1337	14.002	457	17.272	461	11.140	778	28.412	548

Извор: Општине у Србији, 2007.-2013. Републички завод за статистику, Београд

У структури долазака на Мокру Гору преовлађују домаћи туристи. Домаћи туристи у просеку учествују са 60%, а у ноћењима са 65%. У 2013. години страни туристи су остварили највеће учешће у структури долазака са 49% (График 6).

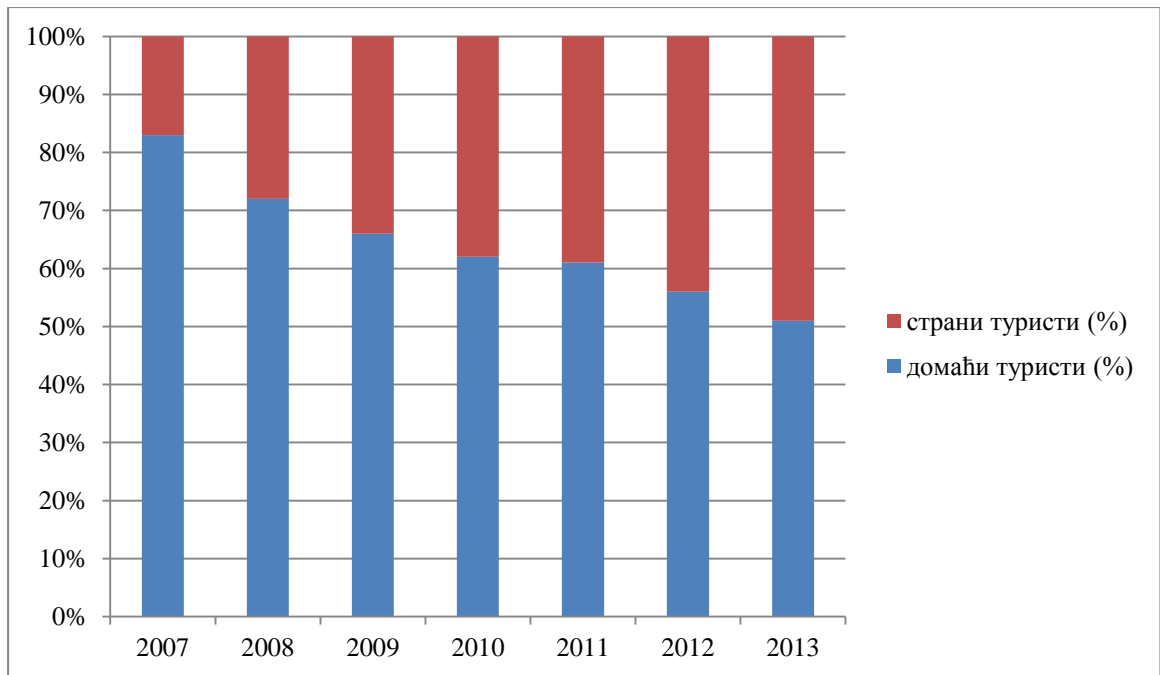


График 6: Растуће учешће страних туриста у посећености Мокре Горе

Подаци о структури долазака туриста на Мокру Гору показују да је учешће страних туриста у укупној посећености веће у односу на друге (старије) дестинације. На овим дестинацијама домаћа туристичка тражња је преовлађујући сегмент тржишта са преко 90% учешћа.

Просечна дужина боравка туриста је 1,8 дана. Туристи су најдуже боравили на Мокрој Гори у 2013. години 2,03 дана.

Разлика у дужини боравка домаћих и страних туриста није изражена. Домаћи туристи у просеку бораве 2,02 дана, а страни 1,64 дан. Домаћи туристи су се најдуже задржали у 2013. години 2,43 дана, а страни у 2007. години 2,78 дана.

3. 2. Улога планинских дестинација у туристичкој посећености Округа

Планинске дестинације немају подједнако учешће у посећености Златиборског округа на основу чега се могу анализирати њихови појединачни удели у укупној посећености и тенденције у кретању током посматраног периода.

3.2.1. Компаративна анализа улоге планинских дестинација у посећености Златиборског округа

Посећеност Златибора, Таре, Златара и Мокре Горе чине око 2/3 туристичке посећености Златиборског округа. У посећености Златиборског округа највеће учешће има Златибор, а најмање Мокра Гора.

Златибор учествује у посећености у просеку са 45%, Тара са 19%, Златар са 3% и Мокра Гора са 1,6% (Табела 27 и График 7).

Златибор је највеће учешће у посећености Златиборског округа заблежио у 1993. (55%), Тара у 1998. (39%), Златар у 2009. (6%) и Мокра Гора у 2010. години (2,6%).

Табела 27: Учешће планинских дестинација (%) у посећености Златиборског округа

године	Златибор	Тара	Златар	Мокра Гора
1990.	45	28	5	-
1991.	44	16	3	-
1992.	50	28	3	-
1993.	55	10	5	-
1994.	49	12	3	-
1995.	51	7	3	-
1996.	47	13	2	-
1997.	49	15	1	-
1998.	51	39	2	-
1999.	44	18	2	-
2000.	43	18	2	-
2001.	44	21	1,98	-
2002.	39	20	4	-
2003.	35	21	6	-
2004.	38	19	2	-
2005.	40	23	1	-
2006.	43	19	3	-
2007.	44	21	2	0,69
2008.	40	18	7	1
2009.	40	18	6	2
2010.	44	18	3	2,6

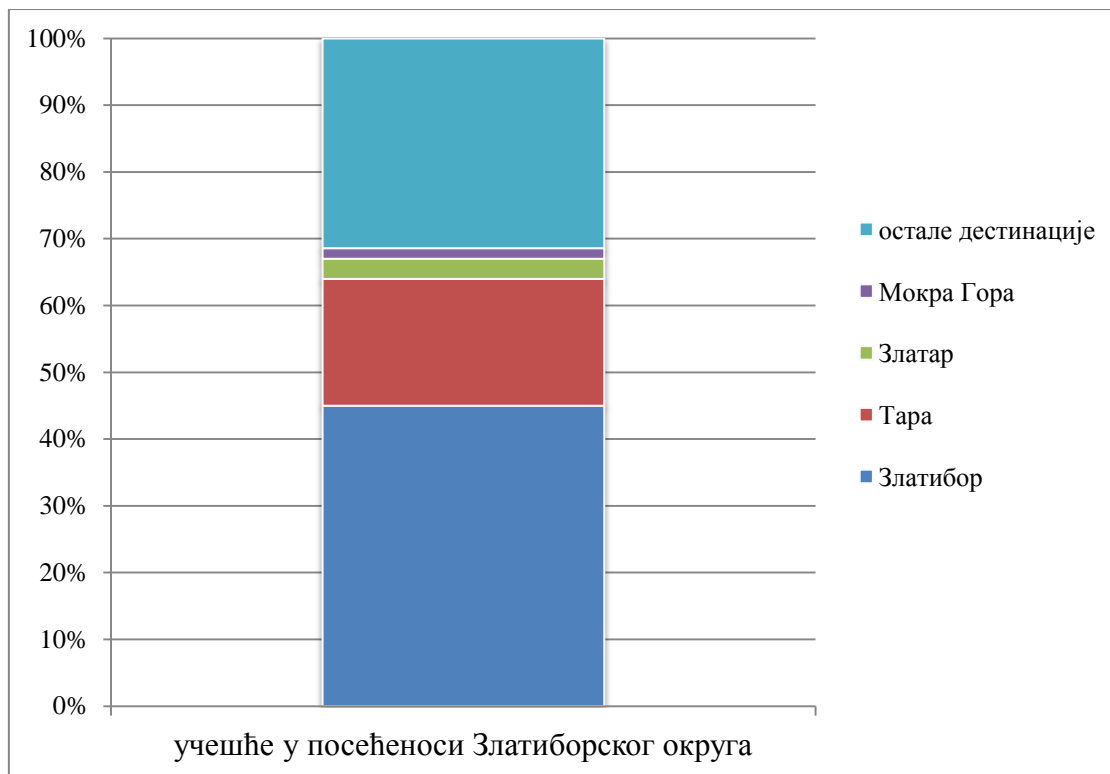


График 7: Учешће планинских дестинација у посећености Златиборског округа

На основу компаративне анализе различите улоге планинских дестинација у посећености Златиборског округа може се закључити да постоје разлике у улози Златибора, Таре, Златара и Мокре Горе у развоју туризма Златиборског округа.

3.2.2. Доприноси појединих категорија туристичке посећености планинских дестинација посећености Златиборског округа

Остварени доласци на планинске дестинације чине 68% долазака Златиборског округа. Од тога највећи број долазака је остварен на Златибору и чини 41% долазака Златиборског округа. Тара учествује са 21% у доласцима, Златар са 3% и Мокра Гора 2,78%.

Остварена ноћења на планинским дестинацијама чине 72% долазака Златиборског округа. Златибор учествује у оствареним ноћењима са 45%, Тара 19%, Мокра Гора 5% и Златар 3,6%.

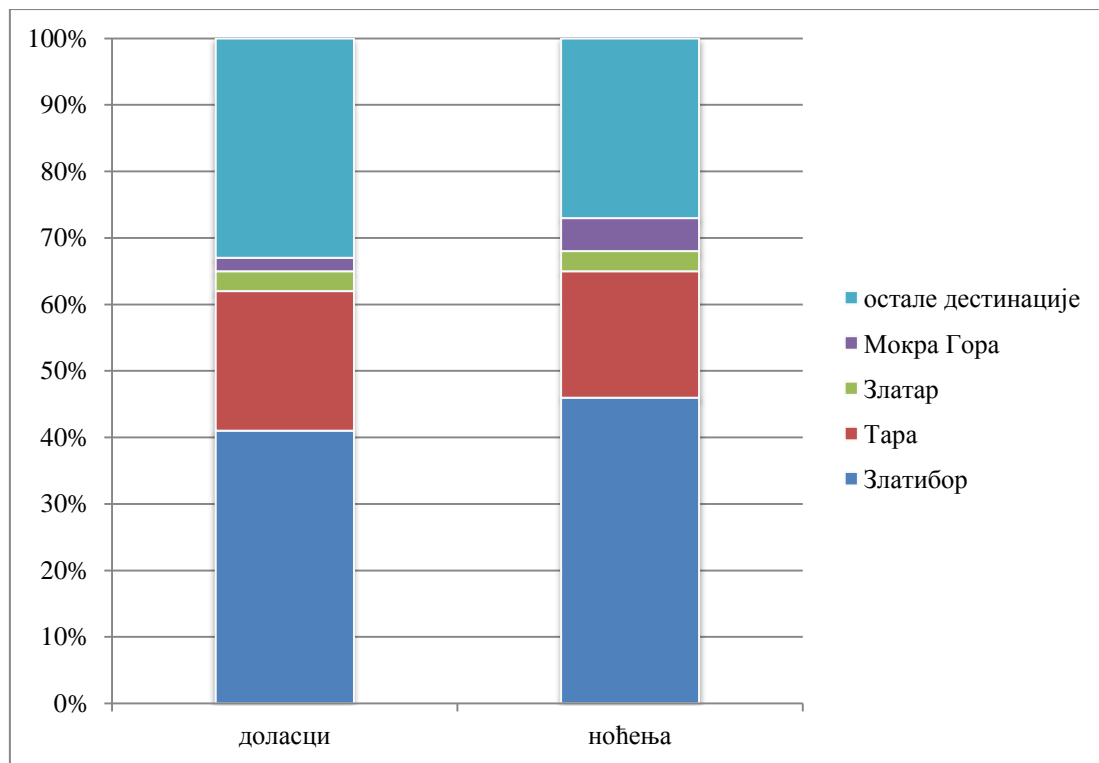


График 8: Учешће планинских дестинација у доласцима и ноћењима туриста у Златиборски округ

Анализа туристичког промета према сегментима домаће и иностране туристичке тражње показује да домаћи туристи преовлађују у доласцима и ноћењима са око 95% учешћа. У структури ноћења туриста се јавља тренд повећања учешћа страних туриста од 2006. године.

3.2.3. Оцена односа посећености планинских дестинација Златиборског округа

Позитивне тенденције у посећености планинских дестинација огледају се у чињеници да се дестинације посећују и током летњих месеци као и зимских. Претходна анализа туристичке посећености планинских дестинација Златиборског округа показује да део домаћих туриста проводи годишњи одмор или један део током летњих месеци на планинама. Јул и август су најпосећенији месеци током године. У последње две године рад скијалишта "Торник" је утицао на дуже задржавање туриста у фебруару. Домаћа туристичка тражња је преовлађујући сегмент туриста чије је највеће учешће на Тари и Златару.

Велики број економских, социјалних и друштвених проблема, крајем осамдесетих и почетком деведесетих, био је изражен и у Златиборском округу и утицао је на скраћивање просечне дужине боравка на планинским дестинацијама.

Проблем је изражен на Златибору и Тари на којима туристи у последњих 10 година нису у просеку боравили дуже од 5 дана. Тенденција скраћивања боравка на Златару је започела касније, али је била убрзана.

Туристички промет и искоришћеност смештајних капацитета немају дугорочну тенденцију раста, што би било у функцији развоја планинских дестинација. Највећа посећеност планинских дестинација је остварена пре двадесет односно тридесет година. Иако су природни ресурси кључни, они су недовољно искоришћени за развој туризма.

У наредном периоду потребно је повећати степен искоришћености капацитета туристичке понуде и социо-економских ефеката туризма. Због тога је важно инвестирати у развој туризма, комплетирање туристичке понуде и повећање квалитета туристичких услуга.

Важно место заузима и подизање квалитета смештајних капацитета (посебно постојеће хотелске индустрије) на ниво међународно конкурентне туристичке понуде кроз подизање стандарда услуге и проширење асортимана услуга.

3.2.4. Стопа раста посећености Златиборског округа и планинских дестинација

Анализа апсолутне стопе раста се користи као показатељ тенденције кретања туристичке посећености на планинским дестинацијама Златиборског округа.

Просечна годишња стопа раста туристичке посећености на Златибору износи +9.909, Мокрој Гори +5.798, Тари +1.291 и Златару –828 туриста (Табела 27 и График 8).

На Златибору брже расту ноћења туриста у односу на доласке и то пре свега домаћих туриста.

На Мокрој Гори, такође, брже расту ноћења у односу на доласке али разлика није изражена као на Златибору где је стопа ноћења 5 пута већа од стопе долазака. На Мокрој Гори је стопа ноћења 2 пута већа од стопе долазака.

На Тари, за разлику од Златибора и Мокре Горе, брже расту доласци од ноћења туриста и то захваљујући доминантном учешћу домаћих туриста. Стопа раста ноћења

туриста је остварена захваљујући расту посећености страних туриста (преко 50% стопе чине страни туристи).

На Златару је негативна стопа раста туристичке посећености остварена због смањења ноћења туриста (-724) и долазака (-104). На негативне стопе су утицали мањи доласци и ноћења домаћих туриста, док доласци и ноћења страни туристи бележе незнатне позитивне стопе.

Табела 28: Стопе раста посећености по категоријама туристичке посећености

планинске дестинације	доласци	доласци страних	ноћења	ноћења страних
Златибор	1.753	213	8.155	3.812
Златар	-104	11	-724	22
Тара	785	99	506	277
Мокра Гора	1.919	1.075	3.879	1.618

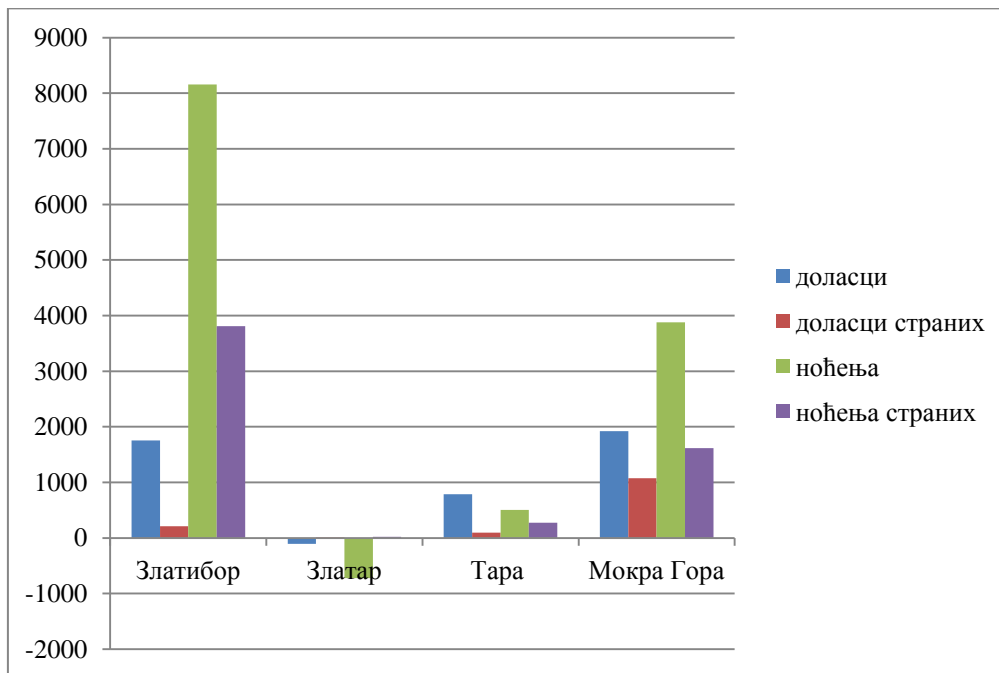


График 9: Стопе раста посећености по категоријама туристичке посећености

3.2.5. Остале дестинације у Златиборском округу

У досадашњем развоју туризма у Златиборском округу диференцирале су се следеће дестинације (Регионални просторни план за подручје Златиборског и Моравичког управног округа, 2012):

1. примарне туристичке дестинације са знатним учешћем целогодишње понуде: Дрина, Тара, Златибор и Златар;
2. друмски touring правци који имају посебну улогу у повезивању и опслуживању територије и путеви/стазе културе, бициклизма и др. и
3. секундарне туристичке просторе/дестинације и места претежно регионалног значаја уз знатно односно мање учешће целогодишње понуде, које обухватају:
 - градске туристичке центре националног значаја,
 - бањске туристичке центре националног значаја и остала бањска места регионалног значаја (посебно wellness ризорте),
 - реке (Увац, Дрину, Лим, Западну Мораву и др.) и
 - језера, остала планинска подручја и садржаје понуде у општинским центрима, традиционалним селима и другим насељима, објектима и природним и културним вредностима, као и кружне туре.

Главна туристичка понуда Златиборског округа везује се за Ужице и друге општинске центре. Анализа туристичког промета у 2013. години показује да је највећи број долазака и ноћења остварен у Чајетини, Ужицу и Бајиној Башти. Ове општине учествују у посећености Златиборског округа са око 90%. Најмање долазака и ноћења је забележено у Косјерићу и Сјеници.

Табела 29: Учешће општина у посећености Златиборског округа

градови	доласци туриста (%)	ноћења туриста (%)
Ариље	0,79	1,25
Бајина Башта	16,61	19,72
Косјерић	0,52	0,52
Нова Варош	3,11	2,08
Пожега	4,07	2,09
Прибој	1,16	0,99
Пријеполје	0,91	0,47
Сјеница	0,64	0,29
Ужице	22,22	15,48
Чајетина	49,97	57,11

Извор: Општине и региони 2014, Републички завод за статистику, Београд

Туристи се у просеку задржавају у Златиборском округу 3,46 дана. Најдуже се задржавају у Ариљу (5) и Бајиној Башти (4 дана). Домаћи туристи се у Ужицу у просеку задржавају 2,7 дана, а страни од 1,8 дана из чега произилази да је у градским срединама развијенији конгресни, транзитни и екскурзиони туризам које карактерише знатно краће задржавање туриста.

Просечна дужина боравка домаћих и страних туриста у Чајетини је 4,0 и 3,2 дана што је више од просека Златиборског округа (3,7 и 2,6 дана). У Прибоју, Косјерићу и Бајиној Башти, такође, туристи дуже бораве од просечне дужине боравка у Златиборском округу. Туристи се најкраће задржавају у Пожези, Пријеполју и Сјеници.

Уколико се посматра дистрибуција туриста у току године, може се закључити да се значајан пораст броја туриста јавља у периоду април-мај, у време ђачких екскурзија. У овом периоду оствари се 30% укупних долазака туриста у току године. У периоду јун-јул долази до пада броја посетилаца у односу на период април-мај, али се остварује приближно исти број ноћења. Ова појава се објашњава боравком туриста у сеоским домаћинствима и планинским дестинацијама (Златибор, Тара и Златар) у току годишњих одмора. У бављењу сеоским туризмом насеље Сеча Река, у општини Косјерић, има најдужу традицију. У прибојској општини сеоски туризам је развијен у селима Бучје и Крњача, где доминирају традиционалне колибе, катуни, очувана природа и домаћа храна, као и стари начини вршидбе коњима.

4. ЖИВОТНИ ЦИКЛУС ПЛАНИНСКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ КАО ПОКАЗАТЕЉ РАЗВОЈА

Животни циклус сваког производа, па и туристичког, показује да се производи рађају, снажно расту, достижу зрелост и на крају опадају. Користи животног циклуса производа огледају се у чињеници да су фазе животног циклуса производа основна променљива у одређивању одговарајуће пословне стратегије.

Концепт животног циклуса производа је предмет великог броја истраживања, студија и анализа. Типична S крива концепта показује однос продаје у функцији времена. Са појавом производа на тржишту расту продаја и профит зато што се инвестира у производе и канале продаје. Јединице профита се увећавају у фази раста и опадају, због конкурентског притиска, у фази зрелости (Levitt, 1965).

Концепти у чијој основи је крива животног циклуса производа су: животни циклус пројекта, модни циклус, животни циклус предузетника, животни циклус туристичке дестинације и др.

4.1. *Карактеристике животног циклуса туристичке дестинације*

Идеја да дестинације пролазе кроз процес сличан рођењу, одрастању, сазревању, паду или нестајању преточена је у концепт животног циклуса туристичке дестинације.

Од шездесетих година двадесетог века развијени су бројни модели који описују развитак туристичке дестинације и могу се сврстати у две основне групе: дифузионистичке и секторске моделе развоја туристичке дестинације.

Претпоставке на којима се заснива дифузионистичка парадигма развитака туристичке дестинације јесу: развитак је неизбежан, одвија се у фазама и шири се од центра према периферним подручјима. Аутори значајнијих модела развитака туристичке дестинације везаних за ову парадигму су: W. Christaller (1963), S. Plog (1974), J. Miossec (1976), R. Butler (1980, 1990), D. Weaver (1988) и E. Laws (1995).

Батлеров модел (1980) еволуције туристичке дестинације једна је од најцитиранијих и најпримењиванијих теорија у истраживањима из подручја туризма (Opperman & Chon, 1997).

Према секторској парадигми у туристичкој дестинацији коегзистирају два различита, међусобно повезана сектора, која задовољавају потребе различитих типова туриста, а с чијим развојем еволуира одређена туристичка дестинација (Opperman & Chon, 1997; Davidson & Maitland, 1997).

Основни циљ овог дела рада је одређивање и квалитативна оцена етапа у животном циклусу одабраних планинских дестинација у Златиборском округу кроз анализу капацитета носивости атракцијске основе и капацитета објеката смештаја.

4.1.1. *Фазе животног циклуса туристичке дестинације*

Како туристичка дестинација током времена пролази кроз разне фазе развоја јављају се покушаји да се генерализују фазе креирањем концептуалног модела развоја.

Batler је представио свој циклични модел у облику слова S (График 10) према коме туристичке дестинације пролазе кроз пет различитих фаза развоја у условима слободног тржишта и постојане тражње:

- истраживање,
- иницијација,
- развој,
- консолидација и
- стагнација.

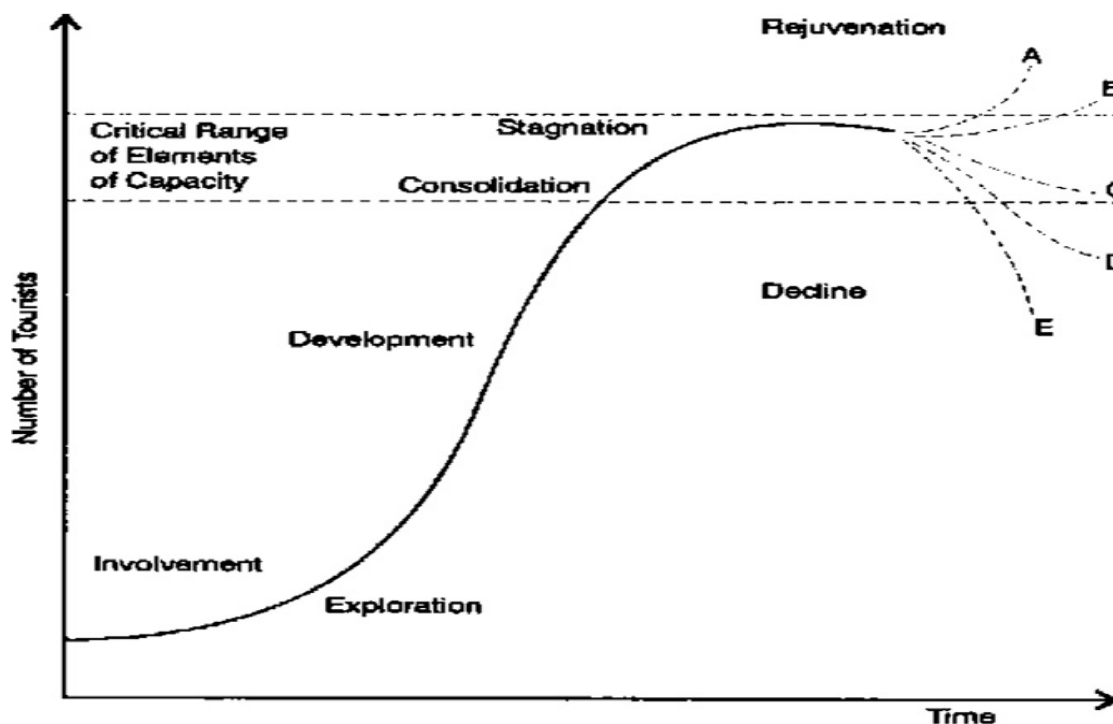


График 10: Батлеров модел животног циклуса туристичке дестинације

Извор: Butler, R. The Tourism Area Life Cycle, vol.1, p.5, 2006.

Батлеров модел описује развој туристичких дестинација по коме се негативни економски, друштвено-културни и еколошки утицаји повећавају и нагомилавају како се дестинација креће кроз фазу развоја.

Већина теоретичара наглашава користи од примене Батлеровог модела. Соорер (1995) истиче да је за дестинације широко прихваћено становиште да њихов животни циклус пролази кроз фазе које Батлер представио у свом моделу.

Модел је користан као теоријско и практично средство за описивање и предвиђање еволуције туристичке дестинације (Prosser, 1995).

Концепт животног циклуса је изразито важно мерило развоја туристичких дестинација у дескриптивном, објашњавајућем и хеуристичком смислу, што је потврђено анализом развоја групе туристичких дестинација Карипског подручја (Wilkinson, 1997).

Предности Батлеровог модела животног циклуса су према Harisonu (1995):

- модел је структурално једноставан и заснива се на концепту криве производног животног циклуса;
- моделом се описују релативно мале, високо специјализоване туристичке дестинације на слободном тржишту, са малим бројем предузетих мера неопходних за управљање прогресом дестинације;

- Батлеров модел је "идеалан тип" у односу на који се стварне ситуације могу измерити и упоредити јер модел показује шта се дешава када се уклоне поремећаји у стварном животу. То значи да различите врсте околности доводе до различитих одступања од модела. Ова одступања могу бити сврстана у категорије, што резултира групом модификованих цикличних модела туристичке дестинације који узимају у обзир стварне животне околности.
- модел се брзо постиже и одржава свој статус као највише цитиран и применљив модел животног циклуса дестинације у области туристичких студија;
- модел је применљив у области маркетинга и демографије тако да је атрактиван и доступан користећи податке као што су доласци посетилаца и/или смештајне јединице;
- модел је свеобухватан интегрисани модел који дозвољава симултану инкорпорацију свих аспеката туризма у дестинацији, поред броја посетилаца и
- модел је универзално применљив на све типове туристичких дестинација или средина.

4.1.1.1. Фаза истраживања

Фазу истраживања карактерише мали број посетилаца који остају дужи временски период у туристичкој дестинацији. Мали број посетилаца је условио непостојање специјализованих туристичких објеката и услуга. Посетиоци су авантуристи и алоцентирчни при чему њихове посете не зависе од сезоне. Они купују на локалном тржишту и користе локалне услуге. Однос мештана и посетилаца је срдчан због чега се туристи често третирају као почасни гости.

Наведене карактеристике показују да у овој фази развоја туризам не доприноси економији туристичке дестинације.

Места која се налазе у фази истраживања су дивља или полудивља подручја где је свака врста формалне економске активности одсутна или је фокусирана на развој других делатности, као што су рударство или шумарство. У суштини, фаза истраживања се може описати као нека врста стања пре појаве туризма, у којој туризам фактички не постоји.

4.1.1.2. Фаза иницијације

Фазу иницијације карактерише лагани пораст броја посетилаца. Започиње првобитни развој у туризму, с обзиром да се пружа ограничена количина специјализованих услуга и објеката за ове туристе. Услуге и објекти се обично састоје од малих гостионица и крчми, кафана, пружања услуга туристичких водича, организовања мањих тура. Посетиоци су средњецентрични. На једној страни посетиоци су и даље авантуристи који долазе пешке, аутомобилом или примитивним локалним превозом, а на другој страни, јављају се и посетиоци који долазе мини комбијима које обезбеђују туристички водичи у оближњем граду или малим авионом. Однос мештана и посетилаца је еуфоричан.

За разлику од фазе истраживања, у фази иницијације се јављају скромни доприноси туризма економији туристичке дестинације где се подручје постепено формално интегрише у туристички систем.

У фази иницијације туристичка дестинација се први пут сусреће са појмом маркетинга и то маркетинга "од уста до уста". Резултат је постепено повећање броја туриста. Повећању броја туриста доприносе телевизијске репортаже, посете познатих личности, премијера популарног филма, изградња пута и друго.

4.1.1.3. Фаза развоја

Фазу развоја се карактерише брзим растом туризма и динамичним променама у свим аспектима туристичког сектора, односно, брзом интеграцијом у систем формалног туризма током релативног кратког временског периода (Butler, 1980. 2006. 2010).

Преломна тачка за ову фазу може бити изградња првог већег одмаралишта чиме компаније изван дестинације остварују контролу над дестинацијом. Граде се вишеспратна одмаралишта, голф терени, скијашки терени, тематски паркови и сл. Посетиоци су средњецентрични и психоцентрични. Путовања су организована кроз пакет аранжмане у оквиру високо организованих структура туристичких агенција. Однос мештана и посетилаца је у раној фази развоја апатичан, односно туристи постају део локалног живота. Међутим, временом апатија прераста у иритацију, јер са порастом броја посетилаца расту и њихови притисци на расположиве локалне ресурсе

и капацитете. Број посетилаца константно расте и вишеструко током сезоне надмашује број домицилног становништва.

4.1.1.4. Фаза консолидације

Фазу консолидације карактерише пад стопе долазака туриста и других активности везаних за туризам. До пада стопе раста долази због тога што ниво туристичког развоја почиње да превазилази просторне, социјалне и економски расположиве капацитете дестинације, због чега се погоршава и туристички производ.

Мештани криве посетиоце за све проблеме због чега су непријатељски настројени или су резигнирани ситуацијом. С друге стране, посетиоци негативним маркетингом "од уста до уста" доприносе смањењу броја посетилаца.

У овој фази дестинација је у потпуности интегрисана у велике, глобалне туристичке системе. Посетиоци су психоцентрични. Посећују дестинацију на бази пакет аранжмана туристичких агенција и великих хотелских ланаца (Butler, 1980. 2006. 2010).

4.1.1.5. Фаза стагнације

Фазу стагнације карактерише вишак смештајних капацитета чији су високи фиксни трошкови због чега даље пропадају и иду у стечај. Број посетилаца на криви је стабилан и то су поновне посете психоцентрично оријентисаних посетилаца (Butler, 1980. 2006. 2010). У овој фази смештај хотелског типа прераста у угоститељске апартмане или стално насељене куће за пензионере и студенте.

Кључни индикатори фазе стагнације су капацитет носивости саме атракцијске основе и степен искоришћења смештајних објеката. Узроци стагнације дестинације могу бити унутрашњи и спољни. У случају планинских дестинација Златиборског округа то су: општа економска криза у главним емитивним подручјима, јачање конкурентских дестинација у окружењу чији се развој темељио на идентичној атракцијској основи (Копаоник, планинске дестинације у Бугарској), а од унутрашњих фактора неадекватне промотивне активности, деградирање атракцијске основе и смештајних објеката.

Примери стагнације су делови ривијере Costa Brave у Шпанији, делови Флориде и Кариба (на Бахамима острво New Providence), Muskoka (Toronto), Lanrentians (Montreal) и Catskills (New York City).

Стагнација може теоретски трајати неодређен временски период, али ће дестинација на крају доживети или преокрет или пад.

До пада ће доћи када не могу да се привуку нови посетиоци, а постојећи нису задовољни туристичким производима. Све више хотела и других туристичких објеката је напуштено или претворено у станове, здравствене центре или друге намене погодне за пензионере. Јавља се "ефекат котрљајуће грудве" јер напуштањем хотела или атракција негативно се утиче на одрживост осталих смештајних капацитета чиме се повећава могућност пропасти дестинације. Однос мештана и посетиоца одликује нељубазност.

Смањује се доминација туризма над дестинацијом, јер се развијају друге услужне делатности (здравство, државна управа).

До реактивације (подмлађивања) туристичке дестинације долази према Батлеровом моделу након фазе стагнације, међутим, могуће је да ће се подмлађивање догодити након периода пада. Реактивацију карактерише увођење потпуно нових туристичких производа или радикално редизајнирање постојећег производа¹⁰.

Реактивација се дешава услед проактивне стратегије дестинације где је кључна сарадња јавног и приватног сектора. Јавни сектор обезбеђује маркетинг и управљање јавним атракцијама, а приватни сектор се бави смештајем, храном, пићем, превозом.

4.1.2. Батлер варијабле у функцији одређивања фаза животног циклуса планинских дестинација

За испитивање фаза животног циклуса се користе Батлер варијабле: статус дестинације у оквиру туристичког система, стопа раста посете, просторни образац туристичке атрактивности дестинације, атракције, власништво над операцијама,

¹⁰Atlantik Siti је увео легализована казина за коцкање чиме је смањио монопол Las Vegasa, а примери поновног оживљавања на бази носталгије су видљиви у Coolangatti и старијим летовалиштима на обали Атлантика и Великих језера Северне Америке.

Las Vegas је кренуо да промовише породично орјентисане одморе да би привукао родитеље и понудио деци разоноду као што су лажне морске битке испред Острва с благом, виртуелна возња у Цезаровј Палати (примери редизајнирања туристичког производа дестинације).

смештај, порекло тржишта, психографија тржишта, сезона, дужина боравка, економски статус туризма, приходи од туризма, мултипликаторски ефекат, везе, губици, комодификација атракције, иридекс и акценат на околину (Табела 30).

Табела 30: Варијабле за оцену фазе животног циклуса туристичке дестинације

варијабла/фаза	истраживање	иницијација	развој	консолидација/ стагнација
статус дестинације у оквиру туристичког система	периферни	постепено укључивање	пуна интеграција	пуна интеграција
стопа раста посете	нема (низак ниво равнотеже)	низак раст	брз раст	нема(висок ниво равнотеже)
просторни образац туристичке атрактивности	раштрканост	појава концентаци оних чворова	концентрисан	високо концентрисан
атракције	културна/природна јединствена дестинација	углавном културне/природне	углавном специјализована туристичка оријентација	специјализована и измишљена (неприродна) туристичка оријентација; генеричка
власништво над операцијама	локално	локално, негде није локално	углавном не локално	не локално
смештај	неспесијализовани смештај	малих размера, скроман	углавном великих размера	великих размера-интернационални стил
порекло тржишта	разноврсно	мање разноврсно	појава главних тржишта	главна тржишта
психографија тржишта	полицентричан	алоцентрични-средње-центрични	средње-центрични-психоцентрични	психоцентрични
сезона	нема	у настајању	сезонски	високо сезонски
дужина боравка	развучена	релативно дуга	релативно кратка	кратка
економски статус туризма	безначајан	минорни, накнадни	доминантан	огромна зависност
приход од туризма	незнатан и стабилан	мали и растући	велики и растући	велики и стабилан
мултипликаторски ефекат	екстремно висок	висок	у опадању	низак
везе	локалне	углавном локалне	углавном не локалне	не локалне
губици	нема	минорни	главни	веома високи
комодификација атракције	некомерцијална "аутентична"	донекле комерцијална углавном аутентична	комерцијална, многоструко измишљена	високо комерцијална, пројектована
индекс	пред еуфорија	еуфорија	apatiја (рано) досада (касније)	антагонизам па резигнираност
акцент на околину	веома низак	низак, али у порасту	висок	веома висок

4.2. Фазе животног циклуса планинских дестинација Златиборског округа

Фаза животног циклуса планинских дестинација Златиборског округа се одређује на основу стопе раста туристичке посећености и осталих Балтер варијабли за оцену животног циклуса.

Упоредјујући актуелни туристички промет са оствареним туристичком прометом из друге половине 1980-их година, ни једна дестинација није достигла ниво посете на врхунцу фазе развоја.

4.2.1. Стопа раста туристичке посећености као показатељ фазе животног циклуса

Стопа раста туристичке посећености је најважнија Балтер варијабла у одређивању фаза животног циклуса планинских дестинација. За одређивање фазе животног циклуса планинских дестинација Златиборског округа користиће се просечна стопа раста туристичке посећености која је израчуната на основу апсолутних стопа раста (глава 3, стр. 99).

Табела 32: Просечна стопа раста по категоријама туристичке посећености

Стопе раста (r)	Златибор	Златар	Тара	Мокра Гора	Просечна стопа (r _x)
доласци	1753	-104	785	1919	1088,25
доласци страних	213	11	99	1075	349,5
ноћења	8155	-724	506	3879	2954
ноћења страних	3812	22	277	1618	1432,25

На основу одступања појединачних апсолутних стопа раста од просечне стопе раста према категоријама туристичке посећености одређена је фаза животног циклуса за сваку дестинацију појединачно. Сва позитивна одступања од просечне стопе

туристичке посећености сврставају дестинацију у фазу развоја, негативна одступања до 50% у фазу консолидације и у фазу стагнације одступања већа од 50% просечне стопе раста (Табела 33).

Табела 33: Одређивање фазе животног циклуса на основу просечне стопе раста туристичке посећености

планине	Доласци туриста				Доласци страних туриста			
	г/г _х	I (index)	% одступања	Фаза	г/г _х	I (index)	% одступања	Фаза
Златибор	1753/10 88,25	161	+61	развој	213/349,5	61	-39	консоли дација
Златар	- 104/108 8,25	9	-91	стагнација	11/349,5	3	-97	стагнаци ја
Тара	785/108 8,25	72	-28	консолида ција	99/349,5	28	-72	стагнаци ја
Мокра Гора	1919/10 88,25	176	+76	развој	1075/349,5	307	+207	развој

планине	Ноћења туриста				Ноћења страних туриста			
	г/г _х	I (index)	% одступања	Фаза	г/г _х	I (index)	% одступања	Фаза
Златибор	8155/29 54	276	+176	развој	3812/1432, 25	266	+166	развој
Златар	- 724/295 4	24	-76	стагнација	22/1432,25	2	-98	стагнаци ја
Тара	506/295 4	17	-83	стагнација	277/1432,2 5	19	-81	стагнаци ја
Мокра Гора	3879/29 54	131	+31	развој	1618/1432, 25	113	+13	развој

Добијени подаци показују да се Мокра Гора налази у фази развоја. Златибор се, такође, налази у фази развоја у свим категоријама туристичке посећености изузев долазака страних туриста (фаза консолидације). За разлику од Златибора, на Златару

све категорије туристичке посећености показују присуство стагнације. На Тари је иста ситуација као на Златару, изузев категорије долазака туриста која одговара фази консолидације.

Планинске дестинације Златиборског округа се не разликују битније по структури туристичког производа. Традиционалним туристичким дестинацијама прикључена је и једна нова дестинација – Мокра Гора чији туристички производ одудара од производа традиционалних дестинација.

Златибор

Просечна релативна стопа раста на Златибору у периоду од 1955.-2013. године је 4,38%.

Анализа просечне стопе раста по одређеним периодима показује:

- У периоду од 1955.-1966. године стопа раста је била негативна и износила је -7,8%; фаза иницијације
- У периоду од 1967.-1985. године забележена је највећа позитивна стопа раста од 21,72%; фаза развоја
- Након 1985. године туристичка посећеност опада што је утицало на негативан износ стопе раста од -1,25%; фаза консолидације

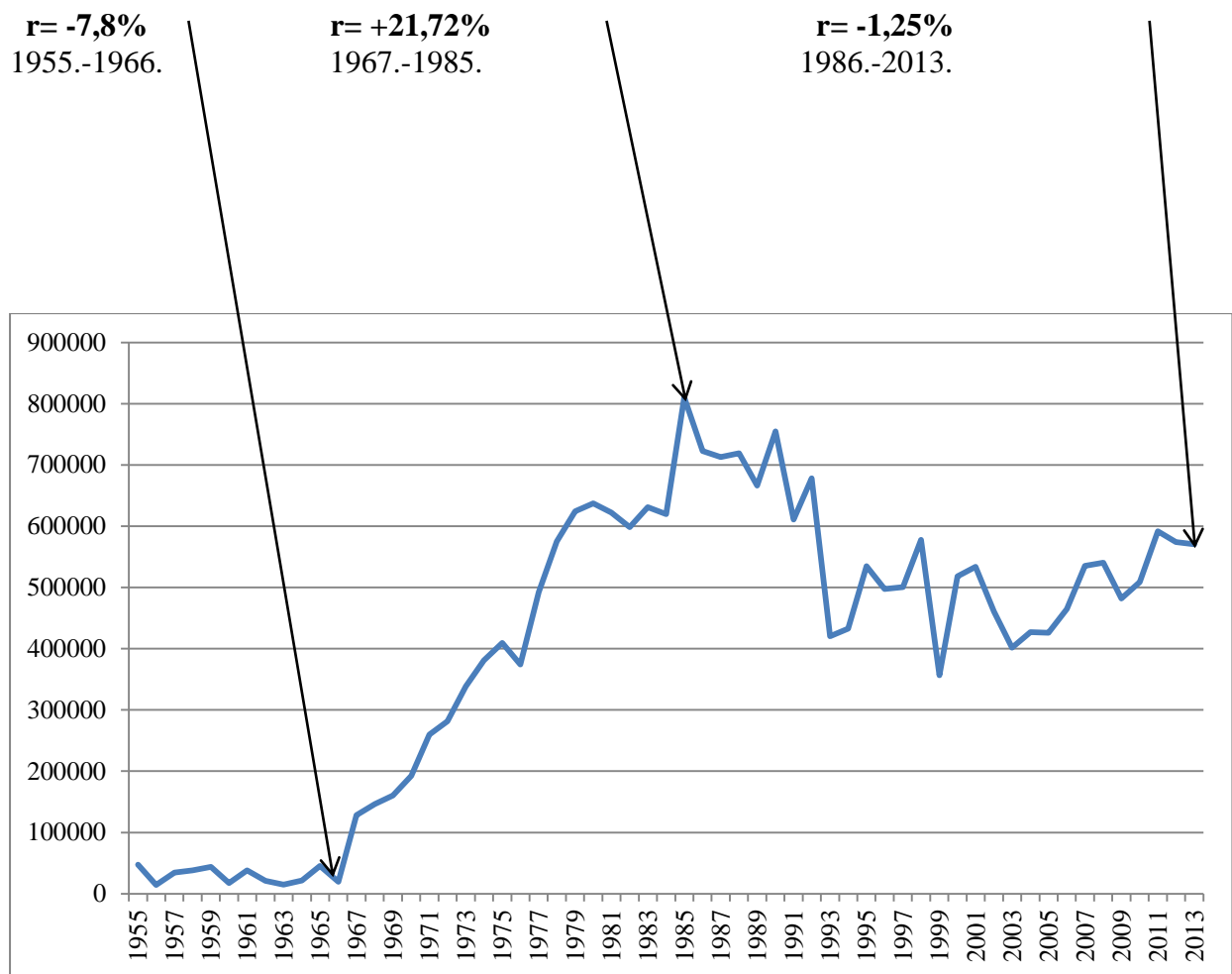


График 11: Кретање туристичке посећености Златибора

На основу добијених података о кретању стопе раста туристичке посећености на Златибору може се закључити да се Златибор налази у фази стагнације.

Међутим, овај закључак се доводи у питање ако се узму у обзир следеће чињенице:

- Смањење негативне стопе туристичке посећености са -1,85% у 2010. на -1,25% у 2013.;
- Највећи број смештајних капацитета на Златибору са 3* и 4* (78%) за разлику од туристичке регије Западна Србија у којој је највише капацитета у категорији 2* (65%);
- На Златибору је у порасту број кревета у хотелима са 4* (проширени су капацитети хотела "Златибор Мона"), а у тренутно су у фази реновирања капацитети хотела "Палисад" .

- У последњих 5 година највећи раст реализован је у категорији хотела од 4*, с обзиром на раст тражње за вишим нивоом услуге, нарочито за потребе породица са млађом децом из главних урбаних центара и пословног сегмента. У последњих неколико година је приметна и изградња мини туристичких комплекса који би требало да функционишу као својеврсни облик кондотела ("Хемел" ризорт).

Озбиљан проблем туристичког развоја ове дестинације јесте могућа девастација окружења претераном изградњом која је делимично уклопљена у предеону структуру и пренатрпаним туристичким садржајима у централном делу дестинације.

"На Златибору су, у Краљевини Југославији, доминирале ливаде, пашњаци, брвнаре и моћни борови расути по широким просторима. Данас од свега тога није остало ништа. Златибор се претворио хаотичном градњом, ружним кућама на две воде, кућама на глагол, на куће опточене пластиком. Уварошило печењарама (пре рата није постојао овај термин), кладионицама, роштиљима, продавницама разне кич дрангулије, истина и добрим сушеним месом" ("Политика", *Варошизација најлепших предела Србије*, 18. април, 2015).

Златар

Просечна релативна стопа раста на Златару у периоду од 1971.-2013. године је - 0,66%.

Анализа просечне стопе раста по одређеним периодима показује:

- У периоду од 1971.-1977. године стопа раста туристичке посећености је била растућа и позитивна и износила је 15,05%; фаза иницијације-фаза развоја
- У периоду од 1978.-1986. године стопа је позитивна али има тенденцију смањења и износи 5,08%; фаза развоја
- У периоду од 1987.-1999. године стопа раста туристичке посећености је негативна и износи -14,52%; фаза консолидације
- У периоду од 2000.-2013. године стопа раста туристичке посећености је позитивна и износи 1,02%; фаза иницијације.

Наведене стопе према одређеним периодима указују да се Златар налази у фази стагнације, посебно ако се узме у обзир и кретање броја и квалитета смештајних капацитета.

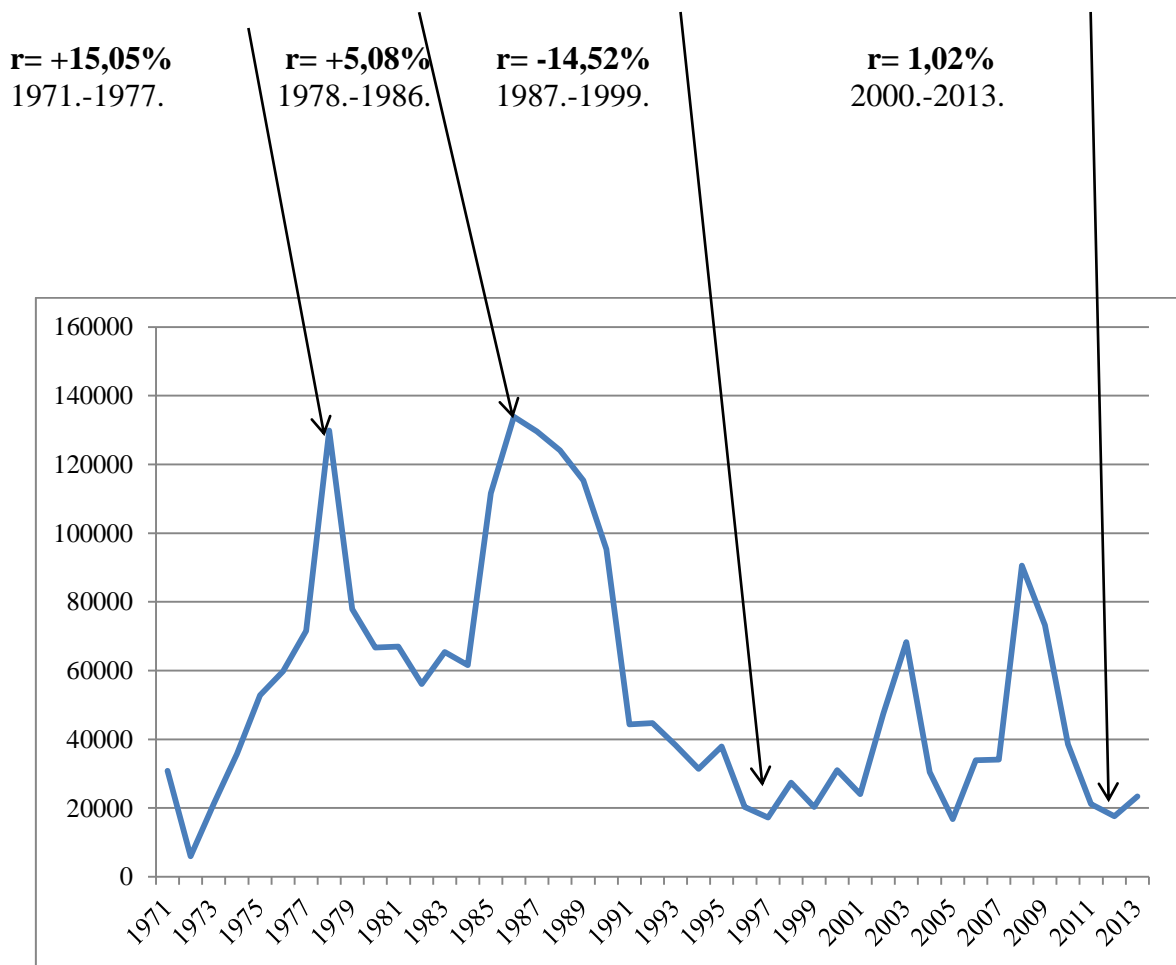


График 12: Стопе раста туристичке посећености Златара

Тара

Просечна релативна стопа раста на Тари у периоду од 1966.-2013. године је 7,25%.

Анализа просечне стопе раста по одређеним периодима показује:

- У периоду од 1966.-1975. године стопа раста туристичке посећености је износила -2,37%; фаза иницијације
- У периоду од 1976.-1986. године забележена је највећа позитивна стопа раста од 15,04%; фаза развоја
- У периоду од 1987.-1999. године забележена је негативна стопа раста од -9,3%; фаза консолидације и
- У периоду од 2000.-2013. године забележена је позитивна стопа раста од 4,72%; фаза иницијације

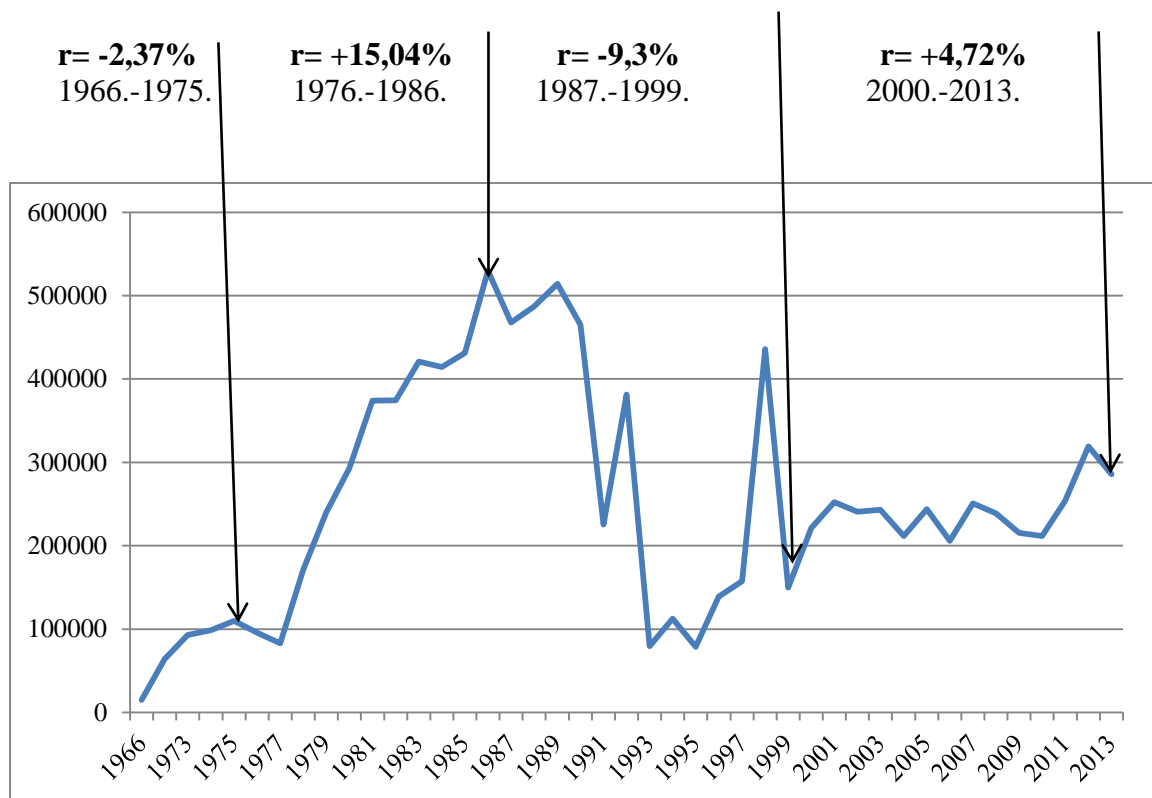


График 13: Стопе раста туристичке посећености Таре

После периода стагнације, од 2000. године на Тари се уочава присуство нове криве животног циклуса која би могла да се протумачи као фаза развоја (фаза иницијације до 2012.) или као фаза консолидације као део постојеће криве животног циклуса.

Мокра Гора

Просечна релативна стопа раста на Мокрој Гори у периоду од 2007.-2013. године је 31,38%. Од 2009. године стопа раста туристичке посећености се смањује и до 2013. године износи 15,4%.

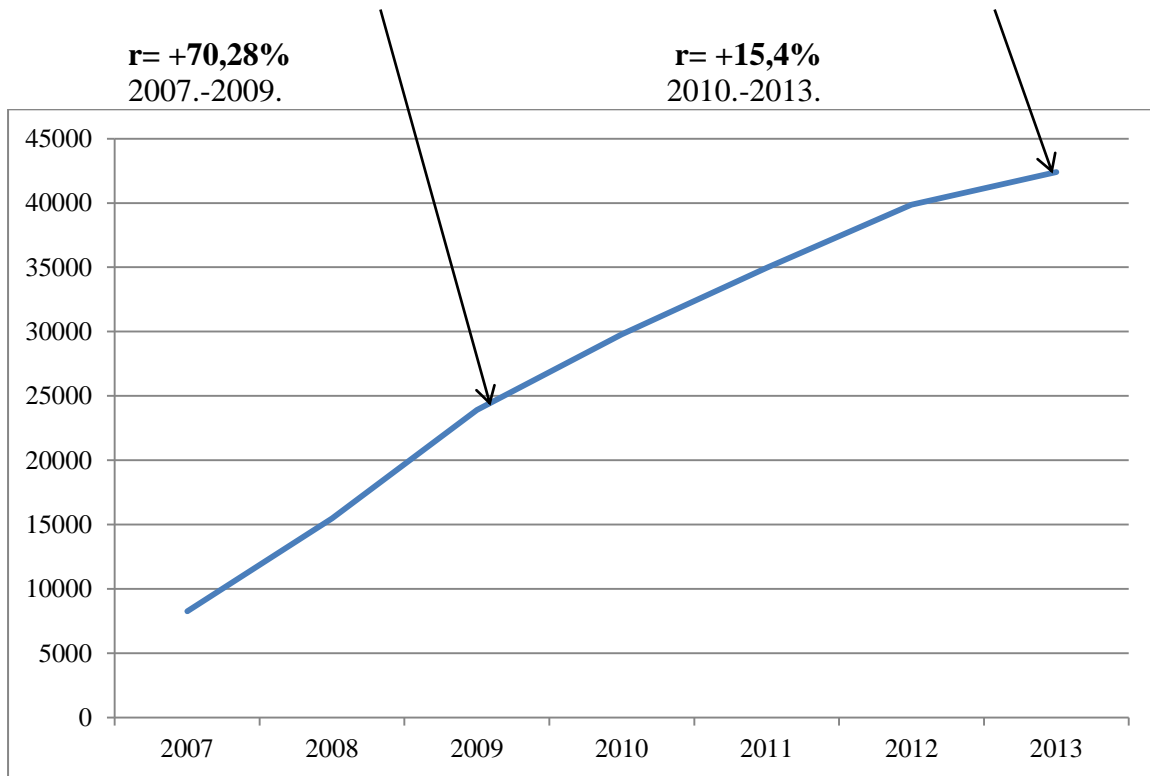


График 14: Стопе раста туристичке посећености Мокре Горе

Висока позитивна стопа туристичке посећености би одговарала фази развоја, међутим, ако се посматра и кретање броја смештајних капацитета, дестинација би се налазила у фази иницијације.

Анализа израчунатих апсолутних и релативних стопа раста туристичке посећености упућује на закључак да се све четири планинске дестинације Златиборског округа налазе у различитим фазама животног циклуса или када је реч о истој фази не поседују сличне карактеристике (фаза стагнација није иста на Златибору и Златару као ни фаза развоја на Тари и Мокрој Гори) што потврђује да се дестинације налазе у различитим фазама животног циклуса која показује степен њиховог развоја.

4.2.2. Остале варијабле у оцени фазе животног циклуса

Просторни образац туристичке атрактивности на планинским дестинацијама је одређен могућностима ширења туризма у складу са носивим капацитетом и Просторним плановима подручја.

Када је реч о носивим капацитетима, према Батлеровом моделу, туризам се развија док се ти прагови не премаше. Међутим, дестинације про-активним мерама могу утицати да туризам не делује негативно на средину када:

- носиви капацитети остају на достигнутом нивоу, али се ниво развоја туризма смањује кроз рестрикције или квоте на дозвољени број посетилаца увођењем ограничења на величину и број смештајних објеката, одређивање зона за развој туризма, забрану ширења инфраструктуре, повећање улазне таксе за дестинацију како би се смањила потражња и
- праг носивости се подиже у складу са повећаним бројем посетилаца, а дестинација се налази у фази иницијације или развоја. То значи повећање понуде да би се задовољила потражња. У погледу заштите животне средине дестинација може побољшати канализацију и постројења за пречишћавање отпадних вода.

Граничне вредности носивог капацитета посебно су значајане за заштићене просторе у којима је, уз максималну контролу броја посетиоца и туристичке инфра и супраструктуре, могуће развијати поједине облике туризма (Ђорђевић & Шушић, 2013).

Носиви капацитет за националне паркове је 1 или 2 посетиоца по хектару на дан (Farrell, 1992). Током најпосећенијих година (1988. и 1989.) на Тари је боравило око 72.000 туриста, а почетком двадесетпрвог века око 45.000 туриста. У годинама са највећом посетом искоришћеност смештајних капацитета је око 50%. На Митровацу и Калуђерским Барама, на којима борави највећи део туриста и једнодневних посетилаца концентрација туриста је знатно већа и може се кретати и 30 до 50 по хектару што изазива више негативних последица.

Према Батлеровом моделу, носиви капацитет појединих дестинација остаје на достигнутом нивоу, али се увођењем рестрикција успорава развој. Развој туризма на Мокрој Гори одговара описаном моделу јер су уведене рестрикције у виду еколошке таксе. Смисао увођења еколошких такси је надокнада трошкова загађивања животне средине. Ова такса се наплаћује на граничном прелазу Котроман који се налази у оквиру границе заштићеног природног добра од изузетног значаја Парка природе "Шарган-Мокра Гора" (Тодоровић, 2014).

На подручју Националног парка Тара, туризам, рекреација и спорт са својим главним садржајима су у III степену заштите подручја. На подручју Високе Таре

укупне површине обухватају 880,86 ха (7,62%), а на Равној Тари 6.029 ха (79,18%). Равна Тара представља и активан привредни простор у коме, осим у посебно издвојеним просторима са режимима заштите I (274 ха) и II степена (1.310 ха), приоритет имају шумарство и туризам. У овом простору предвиђа се изградња туристичких и пратећих објеката у постојећим туристичким центрима Калуђерске Баре, Шљивовица, Митровац и у новопланираним Ослуши и Соколони, као и у зони Крње јеле уз пут од Заовина ка Митровцу (Просторни план подручја посебне намене НП Тара, 2010).

Укупна површина Парка природе "Шарган-Мокра Гора" износи 10.813,73 ха где је у режиму заштите III степена укупна површина 9.274,29 ха (85,76%).

Парк природе "Златибор" (део обухваћен Планским подручјем НП "Тара") представља значајну природну морфолошку целину површине око 300 км². Највећи део Златибора (89,75% или 2.692,49 ха) је у III степену режима заштите који је намењен пољопривреди (првенствено сточарству), шумарству и туризму.

На подручју Просторног плана подручја посебне намене специјалног резервата природе "Увац" на укупној површини од 14.382 ха установљен је режим заштите I степена на 14 ха (0,1%), режим заштите II степена на 7.768 ха (54%) и режим заштите III степена на 6.600 ха (45,9%). Специјални резерват природе "Увац" је заштићен на укупној површини од 7.543 ха.

Анализа Просторних планова са аспекта могућности развоја и ширења туризама упућује на следеће закључке:

- Туризам се на заштићеним подручјима развија у оквиру III, а у мањем обиму у II степену заштите. Тара, Златар и Мокра Гора имају на располагању преко 6000 ха заштићених подручја за потребе развоја туризма. Међутим, Златибор има око три пута мању површину од осталих дестинација.
- Потребу увођења еколошке таксе треба да размотре и остале планинске дестинације, посебно Тара.
- Планинске дестинације треба да искористе могућност развоја осталих делатности које су дозвољене у III режиму заштите што додатно може утицати на туристичку привреду.

На основу анализе носивог капацитета планинских дестинација уочава се да капацитет носивости територије може бити убрзо достигнут, а неадекватно управљање туристичким ресурсима да води ка њиховој деградацији.

Власништво над операцијама: На подручју Златиборског округа тренутно послује 29 хотела од чега је 76% у приватном власништву и 24% у државном. Осим седам хотела који се налазе у државном власништву, постоје и три Рехабилитациона центра и седам одмаралишта који су у државној својини. Највећи део смештајних капацитета је приватизован, изузев "Чиготе", "РХ Центар Златар", хотела "Панорама" и "Вис". "Златибор турист" је друштвено предузеће које је од 1953. године управљало хотелима и земљиштем на Златибору. У склопу "ПТТ Угоститељства" су се налазили "Зеленкада", "Рујно" и "Сердарев конак". Процес приватизације је започет 2004. године да би до 2008. године 44% имовине приватизовано. Процес приватизације за "Зеленкаду" је покренут 2013. године. На Тари је велики део смештајних капацитета у саставу Војне установе "Тара".

Психографија тржишта¹¹ показује да туристи чија су месечна примања преко 35.000 и боље ситуирана лица у највећем проценту посећују Тару (средњецентрични). Туристи чија су месечна примања до 15.000 као и туристи чија су примања од 15.001 – 25.000 у највећем броју посећују Златар (психоцентрични). Туристи чија су месечна примања до 15.000 као и са примањима од 25.001 – 35.000 у највећем проценту бораве на Мокрој Гори (средњецентрични ка психоцентрични).

Иридекс показује да је на Мокрој Гори највећи проценат туриста сигуран да ће поново посетити ову дестинацију (76%). Боравак су оценили са 4,53. На Златибору је 73% туриста сигурно да ће поново доћи. Боравак су оценили са 4,48. Због високе оцене боравка и жеље да поново посете Мокру Гору и Златибор, може се сматрати да туристи који посећују ове дестинације испољавају еуфорију.

На Тари највећи број туриста ће посетити ову дестинацију (72%), али је ова дестинација добила нижу оцену у односу на Златибор и Мокру Гору (3,77) тако да туристе на Тари одликује апатија или досада.

На Златар је сигурна само половина туриста да ће поново доћи, а боравак су оценили са 3,22 тако да туристе на Златару одликује антагонизам или резигрираност.

Акцент на околину – вођење евиденције у оквиру еколошког рачуноводства: У резерватима, националним парковима и другим облицима организовања заштите и управљања природним добрима и вредностима се не води посебно еколошко рачуноводство. Међутим, у оквиру посебних докумената, као што су планови развоја и

¹¹ Карактеристике психографија тржишта и иридекс су одређени на основу Извештаја: Ставови туриста у Златиборском округу (2010), Ipsos Strategic Marketing, РРА Златибор

заштите резервата, евидентирани су кључни природни ресурси. Ради се о њиховом квалитативном попису са квантитативним показатељима стања за поједине врсте за које је могуће вршити квантитативну процену њихове бројности и стања.

Подаци о књиговодственој вредности имовине односе се на улагања у визиторски центар, туристички бродове, пратећу опрему као што су чуварске кућице, места за наплату улазница и укрцавање туриста на брод за обилазак резервата.

У наредном периоду је потребно успостављање појединачног "зеленог рачуноводства" у коме би биле евидентиране врсте и називи природних добара и вредности, као и монетарне квантификације вредности за које постоје индикатори за новчано исказивање.

Наведене варијабле за оцену фазе животног циклуса показују да се на планинским дестинацијама не може прецизно одредити присуство једне фазе животног циклуса, као и да све варијабле не указују на присуство исте фазе животног циклуса, због чега је најрелевантнија варијабла за оцену стопа раста туристичке посећености, која је последица раста туристичке понуде односно проширивања смештајних капацитета и увођења нових садржаја у дестинације. Раст туристичке понуде је резултат проширивања смештајних капацитета и увођења нових садржаја у дестинацију.

Сврха овог сагледавања је предвиђање следеће фазе животног циклуса која ће обележити туристички развој планинских дестинација Златиборског округа. После фазе стагнације могућ је развој у два смера: један у правцу подизања квалитета туристичког производа кроз нове инвестиције у смештајне и пратеће објекте, правац у коме се сасвим извесно креће Златибор, или наставак стагнације кроз даље смањење рецептивних капацитета, смањивања посете и запуштања атракцијске основе, што би дестинацију типа Златара водило у етапу пропадања.

5.МУЛТИПЛИКАТИВНИ ЕФЕКТИ РАЗВОЈА ПЛАНИНСКИХ ТУРИСТИЧКИХ ДЕСТИНАЦИЈА НА ПРИВРЕДНИ И РЕГИОНАЛНИ РАЗВОЈ

5.1. Туризам и привредни развој Округа

Ефекти туризма на економију једне земље су предмет академских изучавања већег броја теоретичара (Fletcher, 1989; Johnson & Moore, 1993; Fleming & Toepfer, 1990). Посебно интересовање је посвећено утицају прихода од иностраног туризма у земљама у којима је његов значај наглашен (Archer & Fletcher, 1996; Narayan, 2004; Heng & Low, 1990). Све је више радова који у анализу укључују и шире ефекте туристичког развоја наглашавајући потребу да се они детаљно испитају (Alavalapati & Adamowicz, 2000).

Први научни приказ и квантитативно изражавање вишеструког ефекта утрошка средстава којима туриста плаћа туристичке услуга дао је Harry G.Clement (1961). Изучавањем ове карактеристике туризма дошао је до закључка да се утрошак туриста пре него што настане окрене 3,2 до 4,3 пута годишње што зависи од привредне развијености земље, увоза и броја трансакција. У развијеним земљама мултипликаторски ефекат је већи и може да износи 5,5 пута годишње. Процењује се да сектор туризма и с њим повезане активности формирају 2,5% националног бруто производа и 5–6% укупне запослености (Табела 34).

Табела 34: Учешће туризма у БДП (%)

	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Свет	9,6	9,4	9,3	9,0	9,1	9,1	9,2	9,3	9,3
Европа	8,1	8,0	8,0	7,7	7,6	7,7	7,6	7,6	7,7
ЕУ 27	8,3	8,1	8,1	7,8	7,8	7,8	7,8	7,8	7,9
Хрватска	27,6	28,5	25	26,3	27,5	29	29,7	30,1	30,5
Македонија	5,1	5,2	5,2	5,1	5,2	5,5	5,6	5,7	5,7
Ц.Гора	21,6	24	16	15,7	17,1	19,7	22,9	25,5	27,4
Србија	6,1	5,9	7,5	7,8	8,0	8,0	8,0	8,0	7,9
Аустрија	12,1	12	12,3	11,7	11,8	12,2	12,5	12,6	12,8
Грчка	17,3	16,5	15,2	15,3	15,7	16,3	16,7	16,9	17,1
Италија	9,3	8,7	8,4	8,4	8,5	8,7	8,8	8,9	9,0
Португал	13,6	14,2	13,3	13,8	14,7	15,1	15,4	15,6	15,7
Шпанија	14,9	14,9	14,7	14,3	14,3	14,4	14,4	14,3	14,3

Извор: WTTC

Бржим развојем туризма његови ефекти постају све бројнији и хетерогенији. Туризам делује на субјекте и чиниоце који постоје у одређеној туристичкој дестинацији укључујући њено становништво, запослене, инвеститоре, односно утиче на просперитет свих предузећа која задовољавају потребе туриста, али и на повећање броја радних места, увећање масе произведених роба и услуга које се остварују у одређеном временском периоду чиме се стимулише привредни развој (Cooper et al., 2005).

Све већи интерес за туризам произилази из његовог економског значења. Утицаји туризма се могу груписати на: платни биланс, раст дохотка и његову прерасподелу, запосленост, развој привредно неразвијених подручја и мултипликовани ефекат туризма (Андрић, 1980).

Слична класификација је дата и кроз директне ефекте туризма на друштвени производ и национални доходак, платни биланс, запосленост становништва, развој делатности туристичке привреде, инвестициону активност и структуру инвестиција и утицај на бржи развој недовољно развијених држава (Унковић, 2001).

WTO, такође, наводи кључна подручја на којима делатност туризма има мултипликативне ефекте: приходи од извоза, запосленост, могућности развоја сеоских регија, инвестиције у инфраструктуру, приходи од пореза и бруто друштвени производ.

5.1.1. Коефицијент мултипликације и сателитски рачуни туризма

Различити аутори наводе различите коефицијенте мултипликације јер не постоји разрађена метода за утврђивање укупног обима запошљавања у туризму. Глусти наводи да на 100 директно запослених у туризму долази 80 додатно запослених у другим делатностима. По проценама УН овај однос је 1:0,5. У скијашким центрима у Канади на једног директно запосленог долази 1,4 индиректно запослен. Однос између директне и индиректне запослености у туризму је у односу 1:2 (Цицварић, 1980; Ускоковић, 1988).

У Југославији је први туристички мултипликатор утврђен у 1977. години и износио је 2,8 што значи да је јединица туристичке потрошње остварила 2,8 јединица производње (Програм развоја планинског туризма у Црној Гори, 2005).

Туризам доприноси и индиректно БДП преко осталих комплементарних делатности. Управо из овог разлога већина земаља настоји да уради сателитске рачуне у туризму који представљају скуп дефиниција и класификација интегрисаних у табеле.

Сателитски рачун туризма обезбеђује:

- макроекономске агрегате који приказују економски допринос туризма, као што је бруто додата вредност туризма;
- детаљне податке о туризму посматрано са аспекта потрошње и производње, у текућим и сталним ценама;
- рачун производње туризма, бруто инвестиције у основне фондове, податке о запослености и друго;
- немонетарне показатеље о туризму, као што су број путовања (или посета), дужина боравка, разлог путовања, средства транспорта и слично.

Сателитски рачун туризма је у Србији урађен за 2007. годину и показао је да у структури потрошње туриста услуге смештаја учествују са 24,57%, припремања и служења хране и пића 18,17%, али да се јављају и услуге транспорта са учешћем од 8,3%, спортских и рекреативних услуга 3,04%, културе 0,32% и осталих услуга у туризму 45,6%. Овако дефинисана туристичка потрошња представља основу за

обрачун бруто додате вредности туризма. (Сателитски рачун туризма, <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/userFiles/file/Nacionalni/Methodologije/Satelitskiracunturizma.pdf>).

5.1.2. Допринос туризма регионалном развоју

Златиборски округ (регион) би био неразвијенији и заостао у привредном развоју да није развоја туризма. Анализа општина у Златиборском округу према степену развијености у 2014. години показује да је општина Ужице развијена изнад републичког просека док су општине Чајетина, Косјерић, Ариље и Пожега, развијене од 80 до 100% републичког просека, Бајина Башта од 60 до 80% републичког просека, Нова Варош, Прибој и Сјеница испод 60% републичког просека и Пријепоље испод 50% републичког просека (Табела 35).

Општине којима припадају планинске дестинације су развијене у различитом степену који се креће од Ужица, као изнад просечно развијене, и Нове Вароши која је развијена испод 60% републичког просека.

Табела 35: Општине у Златиборском округу према степену развијености у 2014. години

степен развијености	број општина	број општина из Округа	назив општине
изнад републичког просека	20	1	<u>Ужице</u>
од 80% до 100% републичког просека	34	4	<u>Чајетина</u> Косјерић Ариље Пожега
од 60% до 80% републичког просека	47	1	<u>Бајина Башта</u>
испод 60% републичког просека	44	3	<u>Нова Варош</u> Прибој Сјеница
испод 50% републичког просека	19	1	Пријепоље

Извор: Уредба о утврђивању јединствене листе развијености региона и јединица локалне самоуправе за 2014. (Службени гласник РС 102/2014)

Растућа туристичка тражња у Златиборском округу убрзала је развој пољопривреде и делатности терцијарног сектора. Анализа структуре националног дохотка по делатностима показује растући значај терцијарног сектора са израженим учешћем трговине на велико и мало, саобраћаја и складиштења и грађевинарства. Удео пољопривреде је преко 20% јер Златиборски округ има највећи број регистрованих пољопривредних газдинстава у Србији (46.893). Пољопривредни производи се продају на планинским дестинацијама, али се и извозе.

Анализа доприноса туризма регионалном развоју је усмерена на утицаје који долазе по основу прихода од иностраног туризма (Dwyer & Forsyth, 1997; Aguilo & Juaneda, 2000; Witt, Song & Wanhill, 2004), како због лакшег утврђивања њиховог износа у односу на приходе од домаћег туризма, тако и због значаја који инострани туризам има на платне билансе туристичких земаља (Baretje, 1982; Smeral & Weber, 2000). У 2010. години у Златиборском округу је регистровано 34.749 долазака страних туриста. Број долазака страних туриста од 2000. године континуирано расте са

значајним растом након 2007. године чему је допринела спроведена приватизација и модернизација постојећих смештајних објеката. У овом периоду расту и улагања у пратећу инфраструктуру. Међутим, повећање броја страних туриста је условљено и државним уређењем бивше СФРЈ. Наиме, осамостаљењем бивших република туристи који посећују планинске дестинације имају третман страних туриста и већином су из Републике Српске и Црне Горе.

Страни туристи који посећују Златиборски округ учествују у просеку са око 3,9% у структури долазака и са око 4,8% у структури ноћења страних туриста у Србији у периоду од 2000.-2010. године. Посматрано по годинама, учешће страних туриста из Златиборског округа у доласцима и ноћењима страних туриста Србије је мало без израженијег раста. Највеће учешће страних туриста је остварено у 2010. години (10%).

Како је учешће страних туриста у посећености Златиборског округа у просеку 5,6%, са највећим учешћем у 2010. години од 10%, када се говори од доприносу туризма развоју округа мора се више анализирати утицај домаћих туриста јер они чине преовлађујући део туристичког промета.

5.2. Анализа утицаја туризма на платни биланс

Анализи утицаја туризма на платни биланс се посвећује посебна пажња још у првим радовима из области туризма због изузетног значаја тзв. невидљивог извоза који настаје кретањем туриста из емитивне у рецептивну земљу (Унковић, 2001). Потрошња страних туриста омогућава да се робе и услуге пласирају под повољнијим условима, него путем извоза роба и услуга.

У платном билансу Србије туристичка потрошња се евидентира у текућем билансу на подрачуну услуга под позицијом приходи и расходи од туризма. На овом рачуну забележен је дефицит што доприноси неравнотежи текућег платног биланса.

Поред директног утицаја туризма на кретања у текућем билансу кроз приходе од путовања може се говорити и о индиректном утицају кроз позицију саобраћај где се евидентирају услуге превоза путника у међународном саобраћају од стране домаћих превозника. Међутим, салдо услуга од саобраћаја у периоду од 2007.-2010. године је негативан док приходи у области телекомуникацијских услуга бележе повећање.

У Златиборском округу суфицит спољнотрговинске размене се остварује од 2005. године. У структури извоза најзаступљенији су сектори производње метала и металних производа, производње прехранбених производа и пића, машина и уређаја, производа наменске индустрије, текстила и текстилних производа што чини 76,9% укупног извоза.

У 2013. години позитиван салдо спољнотрговинске размене су оствариле општине Чајетина и Нова Варош, док су Ужице и Бајина Башта оствариле негативан салдо.

Табела 36: Приходи од туризма у спољнотрговинској размени Златиборског округа

Златиборски округ	2007.	2008.	2009.	2010.
Приход од туризма (милиони \$)	42,75	58,36	37,99	50,06
Обим спољнотрговинске размене (милиони \$)	1.100	1.218	783,5	1.305
Учешће (%)	3,89	4,79	4,85	3,84

Извор: Регионална привредна комора Ужице, <http://www.rpk-uzice.co.rs/sr/index.htm>

Приходи од туризма учествују у спољнотрговинској размени Златиборског округа са око 3–5%.

Приходи од туризма имају тенденцију раста али обим спољнотрговинске размене и најзаступљенијих сектора остварује већу стопу раста због чега учешће прихода од туризма не бележи повећање.

5.3. Анализа утицаја туризма на демографске промене становништва

У функцији могућих туристичких производа, становништво се јавља као давалац услуга смештаја, професионални извршилац задатака и послова у комерцијалним и некомерцијалним областима туристичке понуде, послова на заштити и коришћењу природних добара и простора дестинације, као и креатора туристичког производа и портфолија туристичких производа.

У међупописном периоду (од 1991. до 2011. године) развој становништва Републике Србије бележи неповољне тенденције уз регионалну неуједначеност. Током

деведесетих година дошло је до бројних друштвено-економских и политичких промена које су имале утицаја на динамику становништва.

Према попису из 2002. године у Златиборском округу живи 313.396 становника (4,8% становника Републике Србије). У односу на 1991. годину број становника се смањило за 5,75%. Број становника према попису 2011. године је 286.549 (4% становника Републике Србије) што је за 8,6% мање у односу на 2002. годину.

Константан пораст броја становника у односу на први послератни попис (1948.) карактерише само град Ужице (изузев пописне 2011.) што је и разумљиво с обзиром да представља административни, културно-образовни и привредни центар округа. Смањење броја становника 2002. у односу на 1991. годину забележено је у девет од десет општина. До највећег смањења дошло је у општинама Сјеница (16,94%), Прибој (15,51%) и Пријеполје (11,47%). У Новој Вароши се број становника смањило за 8,4%, Чајетини за 2,3%, у Бајиној Башти за 2%, док се у Ужицу број становника повећао за 3,6%.

Смањење броја становника у 2011. односу на 2002. годину забележено је у свих десет општина Златиборског округа. Највеће смањење броја становника је у општинама Нова Варош (16,74%), Косјерић (13,65%) и Бајина Башта (10,84%). У Чајетини се број становника смањило за 5,65%, а у Ужицу за 6%.

Табела 37: Кретање броја становника по пописима у општинама Златиборског округа

године	Ужице	Чајетина	Бајина Башта	Нова Варош
1948.	45.667	20.266	34.183	20.170
1953.	50.755	21.529	35.283	21.848
1961.	57.062	20.716	34.067	24.770
1971.	67.555	19.224	31.387	22.740
1981.	77.049	17.098	30.860	22.523
1991.	82.723	15.996	29.747	21.812
2002.	83.022	15.628	29.151	19.982
2011.	78.040	14.745	26.022	16.638

Извор: Становништво, Упоредни број становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002 и 2011. Републички завод за статистику, Београд

Смањење броја становника у 2011. односу на 2002. годину забележено је и у насељима Златиборског округа. У насељима која су везана за планинске дестинације највеће смањење броја становника је у Акмачићима, Новој Вароши, Јагоштици и Заовинама. Насеље Мокра Гора бележи константан пад становника према пописним годинама. У 2011. години број становника је за 10% мањи у односу на 2002. годину. Међутим, повећање број становника бележе насеља Златибор (20%) и Чајетина (5%), као и Мачкат (12%), Крива Река (2%) и Качер (4%). (Табела 38).

Табела 38: Број становника у насељима која су везана за планинске дестинације

Ужице									Index (2011/2002)
насеље	1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2002.	2011.	
Мокра Гора	1.398	1.468	1.310	1.139	870	816	605	549	90,7
Качер	841	817	769	642	576	481	507	531	104,7
Чајетина									-
насеље	1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2002.	2011.	
Чајетина	654	763	752	1.199	1.778	2.585	3.162	3.336	105,5
Златибор	115	362	357	834	1.237	1.668	2.344	2.821	120,3
Мачкат	705	737	649	635	607	658	806	905	112,3
Крива Река	1.447	1.525	1.455	1.320	1.262	1.226	1.135	1.157	101,9
Нова Варош									-
насеље	1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2002.	2011.	
Нова Варош	1.781	2.179	3.200	5.718	8.565	10.405	10.335	8.795	85,1
Акмачићи	453	493	522	430	420	398	420	340	80,9
Брдо	239	339	364	416	387	443	333	320	96,1
Дрмановићи	433	500	508	452	410	365	368	364	98,9
Бајина Башта									-
насеље	1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2002.	2011.	
Јагоштица	537	532	441	334	261	182	152	77	50,6
Растиште	1.459	1.477	1.483	868	896	511	473	308	65,1
Солотуша	2.129	2.178	2.079	1.784	1.553	1.261	1.066	890	83,5
Рача	986	902	836	786	800	750	672	591	88
Заовине	1.715	1.688	1.532	1.290	1.106	649	442	263	59,5
Коњска река	288	284	258	188	154	134	112	78	69,6

Извор: Становништво, Упоредни број становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002 и 2011. Књига пописа 2011. бр. 20, Републички завод за статистику, Београд

5.3.1.Промене у структурама становништва

Општине Ужице, Чајетина, Бајина Башта и Нова Варош се разликују према старосној структури становништва. Према подацима пописа из 2011. године становништво старости од 15-64 године учествује у укупном броју становника Ужица 69,62%, Бајине Баште 67,61%, Нове Вароши 67,29% и Чајетине 65,51%.

Најмање учешће старих лица је у насељима Чајетини (9,41%), Новој Вароши

(12,21%) и Златибору (14,32%). Највеће учешће радно способног становништва је у насељима Златибору (65,76%), Чајетини (66,82%) и Новој Вароши (67,7%).

Полна структура у одабраним насељима показује да жене учествују у просеку са 43%, а мушкарци са 57% у укупном броју становника.

Табела 39: Старосна структура насеља (попис 2011)

насеље	пол	укупно	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49
Мокра Гора	ук	549	18	29	14	19	34	18	35	23	34	40
	м	264	6	12	6	11	17	13	16	11	15	21
	ж	285	12	17	8	8	17	5	19	12	19	19
Чајетина	ук	3.336	167	203	209	214	258	249	245	239	255	288
	м	1.590	87	102	111	104	116	118	114	113	122	130
	ж	1.746	80	101	98	110	142	131	131	126	133	158
Злати бор	ук	3.316	143	155	122	142	208	173	205	194	169	223
	м	1.953	71	84	57	72	113	83	98	96	81	111
	ж	1.363	72	71	65	70	95	90	107	98	88	112
Мачкат	ук	905	64	37	44	50	64	82	51	65	59	68
	м	447	36	16	21	19	37	39	26	33	29	33
	ж	458	28	21	23	31	27	43	25	32	30	35
Нова Варош	ук	8.795	347	452	445	523	680	615	528	522	555	647
	м	4.311	194	231	212	260	342	322	287	254	280	296
	ж	4.484	153	221	233	263	338	293	241	268	275	351
Јагошти ца	ук	77	1	-	-	-	1	3	4	3	6	6
	м	41	-	-	-	-	1	1	4	3	5	2
	ж	36	1	-	-	-	-	2	-	-	1	4
Расти ште	ук	308	3	10	7	13	11	7	13	16	13	20
	м	166	-	7	6	7	11	5	8	9	8	11
	ж	142	3	3	1	6	-	2	5	7	5	9
Заовине	ук	263	1	-	3	6	6	5	5	6	9	8
	м	136	1	-	2	5	4	5	4	4	8	6
	ж	127	-	-	1	1	2	-	1	2	1	2

насеље	пол	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80 и више	пуно летни	Просечна старост
Мокра Гора	ук	43	51	48	29	43	38	33	479	48,1
	м	27	23	27	15	17	12	15	235	47,7

Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа

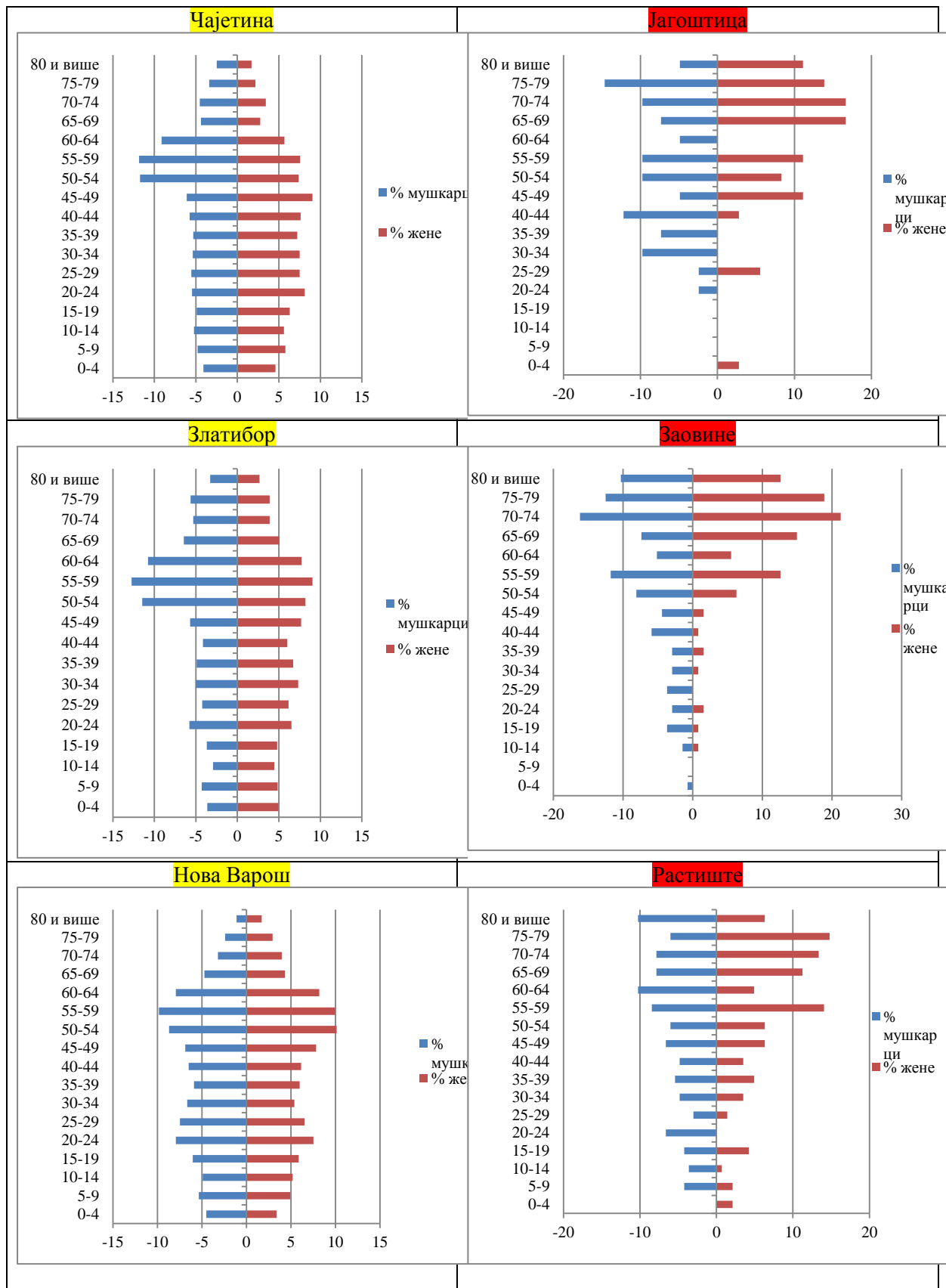
	ж	16	28	21	14	26	26	18	244	48,6
Чајетина	ук	249	252	194	93	96	72	53	2635	37,5
	м	120	120	95	45	36	34	23	1231	36,8
	ж	129	132	99	48	60	38	30	1404	38,2
Златибор	ук	224	249	210	126	104	110	64	2329	41,1
	м	104	117	97	52	47	53	25	1114	40,0
	ж	120	132	113	74	57	57	39	1215	42,0
Мачкат	ук	61	75	58	48	37	24	18	735	39,6
	м	23	43	34	21	20	11	6	363	39,4
	ж	38	32	24	27	17	13	12	372	39,7
Нова Варош	ук	828	870	709	398	316	235	125	7252	40,7
	м	374	424	342	204	138	103	48	3530	39,9
	ж	454	446	367	194	178	132	77	3722	41,6
Јагоштица	ук	7	8	2	9	10	11	6	139	57,7
	м	4	4	2	3	4	6	2	76	58,8
	ж	3	4	-	6	6	5	4	41	55,9
Расти ште	ук	19	34	24	29	32	31	26	281	54,2
	м	10	14	17	13	13	10	17	150	51,3
	ж	9	20	7	16	19	21	9	131	57,6
Заовине	ук	19	32	14	29	49	41	30	255	62,6
	м	11	16	7	10	22	17	14	130	58,3
	ж	8	16	7	19	27	24	16	125	67,2

Извор: Књига пописа 2011. бр. 2, Републички завод за статистику, Београд

Старосна структура одабраних насеља показује повољније структуре насеља Чајетина, Златибор, Мачкат и Нова Варош у односу на остала насеља.

Најнеповољнија старосна структура је у насељима Заовине, Јагоштица и Растиште (График 15). Очигледно да на ова насеља промене у привредној структури нису имале утицаја и да су демографска обележја у њима одраз одмаклог стадијума депопулационих процеса који трају деценијама уназад.

Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа



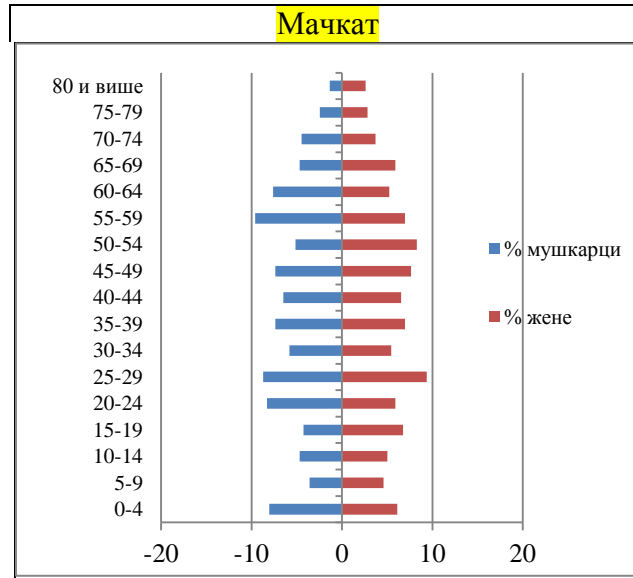


График 15: Старосна пирамида насеља са **повољнијом** и **неповољнијом** старосном структуром

Структура становништва Златиборског округа према активности у 2011. години показује веће учешће издржавног у односу на активно становништво (57,33% издржаваног и 42,67% активног становништва).

Посматрано према општинама, највеће учешће активног становништва је у Бајиној Башти (45,48%), док је учешће издржаваног становништва највеће у Новој Вароши (57,25%).

Образовна структура становништва Златиборског округа показује да је у 2011. години без школске спреме било 3,68% становника. Велики проценат становништва са средњом школом (48,93%), вишом (5,65%) и високом стручном спремом (10,58%) указује на релативно добру квалификациону структуру округа.

Посматрано по општинама доминира учешће средње образовног становништва. Највећи проценат средње образованог, вишег и високо образовног становништва је забележено у општини Ужице. У Бајиној Башти је забележен већи проценат у односу на остале општине становништва без школске спреме, непотпуног основног образовања и основног образовања.

Табела 40: Образовна структура по општинама Златиборског округа (%)

школска спрема	Бајина Башта	Нова Варош	Чајетина	Ужице
без школске спреме	5,16	4,7	2,33	4,64
непотпуно основно образовање	19,25	15,47	8,28	16,52
основно образовање	25	24,57	20	23,3
средње образовање	42,25	45,39	53,09	45,42
више образовање	3,8	4,27	6,48	4,5
високо образовање	4,3	5,31	9,45	5,29

Извор: Књига пописа 2011. бр. 3, Републички завод за статистику, Београд

На територији Златиборског округа раде 24 средње школе, од којих је 16 стручних, 7 гимназија и 1 средња музичка школа, као и Висока пословно-техничка школа и Учитељски факултет.

За подручје рада туризам и угоститељство ученици су школују у средњој Угоститељско-туристичкој школи у Чајетини на смеровима: кулинарски техничар, угоститељски техничар, туристички техничар, кувар и конобар. На Високој пословно-техничкој школи струковних студија у Ужицу, на основним студијама, један од студијских програма је "Туризам", а на специјалистичким студијама се изучава "Менаџмент туристичке дестинације". Универзитет "Сингидунум" у сарадњи са Туристичком организацијом Златибор на Златибору наставу реализује на студијском програму "Туризам и хотелијерство".

5.3.2. Миграциона обележја становништва

Миграциона кретања становништва на простору Републике Србије су изражена после Другог светског рата због промене друштвених односа, политичког система и приведног развоја везаног за индустрију. Индустријски развој се концентрисао у мањем броју центара што је условило интензивно пресељавање углавном сеоског становништва.

У периоду од 1940.-2002. године у Златиборски округ је досељено 121.316 становника (Књига пописа 2002. бр. 8, РЗС). Тенденција раста досељеног становништва је забележена до 1990. године.

У структури досељених лица преовлађује становништво из исте општине и друге општине исте републике (чине преко 85% досељених лица). Из бивших република СФРЈ досељено је око 9% становништва. Највећи број избеглица је стекао држављанство РС од 2002. године и асимилирао се са осталим становништвом.

Анализа кретања миграционог становништва ка планинским дестинацијама Златиборског округа у периоду од 1940.-2002. године показује највеће учешће аутохтоног становништва у Солотуши, Заовинама и Мокрој Гори.

На Златибору је забележено највеће учешће миграционог становништва од 67%. Високо учешће миграционог становништва је и у Чајетини (58%). Миграције ка овим насељима започињу 1971. године и имају растући тренд. У Новој Вароши је растао број досељених лица у периоду 1961.-1990. године што одражава процес деаграризације (Табела 41).

Табела 41: Однос аутохтоног и миграционог становништва на планинским дестинацијама

насеље	Аутохтоно становништво	% у укупном становништву	Миграционо становништво	% у укупном становништву
Мокра Гора	474	78	131	22
Чајетина	1331	42	1831	58
Златибор	767	33	1577	67
Нова Варош	5614	54	4721	46
Акмачићи	262	62	158	38
Брдо	199	60	134	40
Дрмановићи	268	73	100	27
Јагоштица	128	85	24	15
Растиште	225	47	248	53
Солотуша	903	85	163	15
Рача	429	64	243	36
Заовине	373	84	69	16
Коњска река	79	71	33	29

Извор: Књига пописа 2002. бр.8, Књига пописа 2011.бр. 9, Републички завод за статистику, Београд

Анализа података о досељеном становништву према подручју са кога се досељава показује да се у Чајетину највећи број становника доселио из исте општине (61%) и друге општине исте републике (26%). На Златибору је већи проценат досељених из друге општине исте републике (38%) што је последица интензивног развоја туризма. Учешће досељених из исте општине је 46%.

Подаци о дневним миграцијама становништва које обавља делатност показују да у Златиборском округу 4% становништва путује из места сталног становања због посла у области туризма. Међутим, анализа ових података на нивоу општина показује да је чак 13% дневних миграната из општине Чајетина усмерено раду у хотелима и ресторанима као и 8% становника из Бајине Баште. У Ужицу, то је 4,5% становника, а у Новој Вароши само 2,6% становника.

Табела 42: Дневне миграције становништва које обавља занимање према типу делатности

Делатности	Златиборски округ	Бајина Башта	Ужице	Чајетина	Нова Варош
Пољопривреда, Лов и шумарство	1173	203	84	52	48
Рибарство	10	5	-	1	1
Вађење руде и камена	222	5	19	25	11
Прерађивачка индустрија	12094	959	4661	430	811
Производња и снабдевање електричном енергијом, водом и гасом	752	248	121	47	70
грађевинарство	1695	320	628	72	48
Трговина на велико и мало	2220	261	805	144	54
Хотели и ресторани	1067	232	386	170	32
Саобраћај, складиштење и везе	1603	155	491	72	32
Финансијско посредовање	122	8	53	9	2
Некретнине	253	30	85	12	2
Државна управа и одбрана	1037	131	325	89	39
Образовање	913	106	249	48	40
Здравствени и социјални рад	1273	100	481	131	43
Комуналне, друштвене и личне делатности	412	122	159	28	3
Приватна домаћинства са запосленим	5	3	-	-	-
Екстериторијалне организације и тела	-	-	76	16	3
Непознато	342	19	-	-	-
Укупно	25193	2907	8623	1346	1239

Извор: Становништво, Дневни мигранти, подаци по општинама, Књига пописа 13, Републички завод за статистику, Београд

5.4. Утицај туризма на запосленост

Највећи број становника у Златиборском округу, према попису из 2002. године, био је запослен у секунадарном, јавном и терцијарном сектору (54% односно 24% и 18%). У примарном сектору је запослено око 3,5% активног становништва. У односу на структуру запослених у републици према секторима делатности постоје разлике због већег учешћа секундарног сектора и мањег учешћа осталих сектора у односу на просек републике (секундарни око 33%).

Број запослених у Златиборском округу, у периоду од 2002. до 2011. године, у примарном и секундарном сектору се смањује. С друге стране, расте број запослених у

терцијарном и јавном сектору, с тим што је стопа раста у јавном сектору већа од стопе раста терцијарног сектора.

Посматрано по општинама, у Бајиној Башти је највеће учешће примарног сектора у структури запослености активног становништва, а у Новој Вароши секундарног. Највећи број запослених у Ужицу и Чајетини је у терцијарном сектору.

Подаци пописа из 2011. године показују да у одабраним општинама није дошло до значајнијих промена у секторима делатности. Чајетина се издваја по броју запослених у терцијарном сектору и броју запослених у хотелима и ресторанима који чине 15% укупног броја запослених.

Однос између запослености у примарном, секундарном, терцијарном и јавном сектору, по насељима, показује да у Чајетини, Новој Вароши, Брду, Мокрој Гори и Рачи, доминира запосленост у секундарном сектору.

У Јагоштици, Растишту, Солотуши, Заовинама и Коњској реци доминира запосленост у примарном сектору.

На Златибору је највећи број запослених у терцијарном сектору (52%). Број запослених у овом сектору је изнад просека републике од 33%. У оквиру терцијарног сектора највећи број запослених је у хотелима и ресторанима (33%) (Табела 43).

Табела 43: Запосленост према секторима делатности у % у одабраним насељима

	Златибор	Чајетина	Нова Варош	Акмачићи	Брдо	Дрмано вићи	Мокра Гора
Примарни сектор	6	5	4	25	12	31	5
Пољопривреда, лов и шумарство	5,6	4	3,6	25	12	30	5
Рибарство	-	-	0,03	-	-	-	-
Вађење руде и камена	0,4	1	0,37	-	-	1	-
Секундарни сектор	16	34	53	48	56	36	58
Прерађивачка индустрија	9	28	42	42	46	31	55
Производња и снабдевање електричном енергијом, водом и гасом	3	3	8	1	2	2	-
Грађевинарство	4	3	3	5	8	3	3
Терцијарни сектор	52	31	22	14	19	13	28
Трговина	12	12	12	5	7	8	2
Хотели и ресторани	33	14	4	2	11	2	8
Саобраћај, складиштење и везе	4	2	4	7	-	3	24
Финансијско посредовање	1	2	1	-	1	-	-
Активности са некретнинама	2	1	1	-	-	-	-
Јавни сектор	26	30	21	13	13	10	9
Здравствени и социјални рад	13	13	7	7	10	1	1
Остале комуналне, друш. и личне активности	1	3	1	4	-	-	0,3
Остало	12	14	13	2	3	9	7,7

	Јагоштица	Растиште	Солотуша	Рача	Заовине	Коњска река
Примарни сектор	86	37	50	30	76	69
Пољопривреда, лов и шумарство	86	36	50	30	76	69
Рибарство	-	1	-	-	-	-
Вађење руде и камена	-	-	-	-	-	-
Секундарни	3	20	29	44	4	10

сектор						
Прерађивачка индустрија	3	8	22	32	0,5	6
Производња и снабдевање електричном енергијом, водом и гасом	-	2	0,75	3	0,5	2
Грађевинарство	-	10	6,25	9	3	2
Терцијарни сектор	1	19	11	13	3	17
Трговина	-	3	3,5	5	-	1
Хотели и ресторани	-	11	4,25	3	3	15
Саобраћај, складиштење и везе	1	3	3	4	-	1
Финансијско посредовање	-	-	-	-	-	-
Активности са некретнинама	-	2	0,25	1	-	-
Јавни сектор	10	24	10	13	17	14
Здравствени и социјални рад	-	0,68	0,5	2	-	-
Остале комуналне, друш. и личне активности	8	14	6,25	3	10	3
Остало	2	9,32	3,25	8	7	11

Извор: Књига пописа 2002. бр.6, Републички завод за статистику, Београд

У свим насељима број запослених у хотелима и ресторанима је изнад републичког просека од око 1,7%. Преко 10% запослених у хотелима и ресторанима имају насеља Коњска река (15%), Растиште (11%), Брдо (11%) и Чајетина (14%).

На Мокрој Гори највећи број запослених у терцијарном сектору је у саобраћају, складиштењу и везама.

5.4.1. Тенденције у запошљавању у општинама Златиборског округа

У општинама Златиборског округа су се десиле значајне промене везане за место и улогу туризма у структури запослености. На нивоу округа учешће туризма у укупној запослености се смањује што се не односи на општину Чајетина и Нова Варош. У Новој Вароши се због смањења броја запослених у секундарном сектору повећава се

број запослених у терцијарном сектору, посебно у хотелима и ресторанима. То указује на могућност да се незапослени и становници који су остали без посла баве туризмом.

Број запослених у приватним предузећима је око 24% укупног броја запослених што је последица спроведеног процеса приватизације. Веће број запослених у приватним предузећима у односу на остале општине је у Новој Вароши (29%).

У Златиборском округу почетком двадесетпрвог века долази до повећања незапослености. Број незапослених лица на 1000 становника у 2012. години износи 134. Посматрано према општинама највећи број незапослених је у Новој Вароши (120), а најмањи у Чајетини (93). У Ужицу и Бајиној Башти је број незапослених мањи од просека округа и републике (114 и 100).

Ако се посматра незапосленост према полу, више је незапослених жена него мушкараца (54,1%). Посматрано према општинама, само је у Новој Вароши мање учешће жена у укупном броју незапослених лица (48,6%). У Ужицу је проценат незапослених жена већи у односу на остале општине (60,7%).

Структура становништва према изворима средстава за живот показује да око 55% становништва остварује средстава за живот помоћу зараде или других примања на основу рада и пензије. Међутим, велики број издржаваних лица како у републици, тако и у Златиборском округу (око 38%), указује на висок коефицијент економске зависности. Део становништва остварује средства за живот помоћу социјалних примања (1,75%), приходима од имовине (2%) као и на основу зајма (уштеђевине), стипендија (студентских кредита) и новчане накнаде за незапослена лица.

5.4.2. Анализа односа између броја запослених и броја становника

Анализа демографских карактеристика Златиборског округа показала је постојање депопулације као једног од кључних проблема. Поред тога, у све четири анализирани општине са смањује запосленост. Због тога се поставља питање да ли развој планинског туризма може да буде фактор који ће да заустави депопулацију и заостајање у привредном развоју планинских подручја.

Због тога се корелацијом испитује однос између кретања броја запослених и броја становника. Основне поставке модела корелације су:

- демографске промене нису изолован фактор који има утицај на друге економске параметре, пре свега запосленост и незапосленост;
- демографске промене могу да утичу на тенденције у запошљавању јер одређују величину радно способног становништва и њену просечну старост.

На основу наведених претпоставки, добијају се вредности коефицијента корелације блиске 1 у општинама Нова Варош, Бајина Башта и Ужице на основу чега се закључује да се неповољне демографске промене један од фактора смањене запослености. Нижа вредност коефицијента корелације у Чајетини указује на слабију везу између демографских промена и кретања запослености.

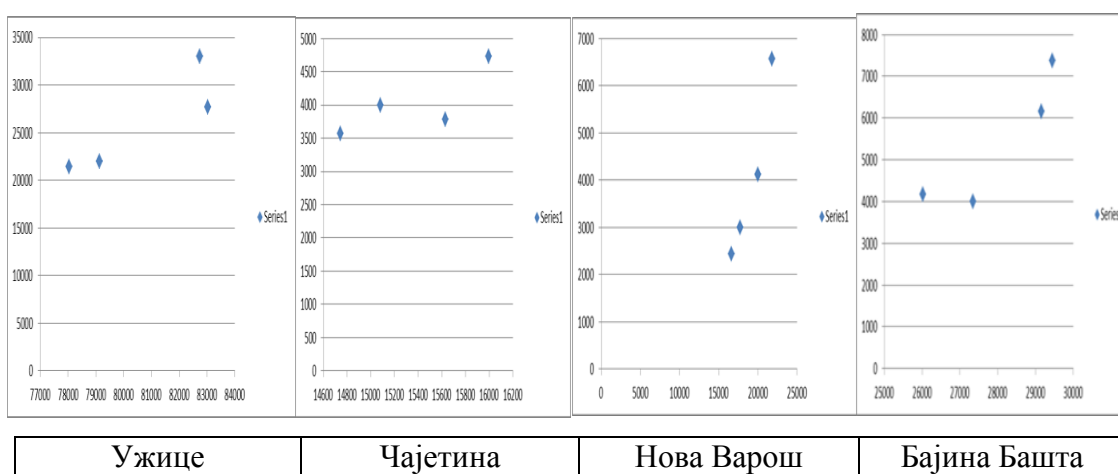


График 16: Однос промена у броју становника и запослености

Коефицијент детерминације показује да је највећи утицај демографских промена на кретање запослености у Новој Вароши а најмањи у Чајетини. Тако је у Новој Вароши 94% варијација у броју запослених условљено променама у броју становника, Бајиној Башти 81% и Ужицу 79%. У Чајетини је најмањи утицај промена у броју становника на кретања запослености јер је коефицијент детерминације 63%.

Провера значајности корелације тестирањем нулте хипотезе H_0 : постоји значајна корелација између промена у броју становника и броја запослених и алтернативне хипотезе H_1 : не постоји значајна корелација између промена у броју становника и броја запослених, помоћу Студентовог двостраног т-теста са нивоом поузданости од 0,95 ($t=1,88$) показује:

Нулта хипотеза (усваја се ако је вредност статистике Т теста већа од 1,88)	
Ужице	$1,94 > 1,88$ Усваја се H_0
Чајетина	$1,29 < 1,88$ Одбацује се H_0 и усваја H_1

Бајина Башта	$3,43 > 1,88$ Усваја се H_0
Нова Варош	$2,05 > 1,88$ Усваја се H_0

Анализа регресионог модела показује да би се заустављање негативних демографских промена највише одразило на раст запослености у Ужицу. Коefицијент нагиба (β) има највећу вредност у Ужицу (1,93). У Бајиној Башти износи 0,9, а у Чајетини 0,79 и Новој Вароши 0,77.

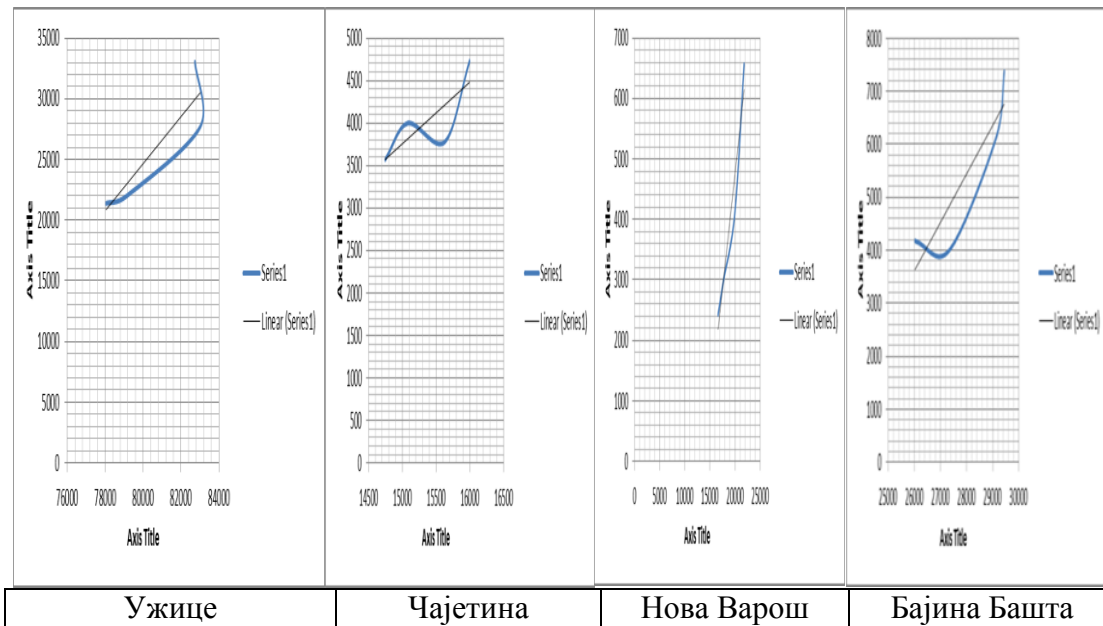


График 17: Линија тренда и коefицијент нагиба односа броја становника и запослености

Добијене вредности у регресионом моделу показују да би у случају повећања броја становника у Ужицу за 1, број запослених порастао за 1,93. У Чајетини би за повећање броја становника од 1, број запослених порастао за 0,79.

Наведена анализа показује да је развој туризма на Златибору зауставио депопулацију и допринео досељавању становника на ово подручје.

5.5. Утицај туризма на раст дохотка

Просечне нето зараде у Златиборском округу су ниже од републичког просека. У периоду од 2006.-2012. године у девет од десет општина Златиборског округа остварена зарада је нижа од републичког просека (изузев општине Косјерић).

Ако се анализирају остварене зараде у четири општине Златиборског округа уочава се виши износ просечне нето зараде у Ужицу и Бајиној Башти у односу на Чајетину и Нову Варош. Од 2009. године у све четири општине расту зараде.

Табела 44: Просечна нето зарада у општинама Златиборског округа

године	Бајина Башта	Нова Варош	Ужице	Чајетина	Република Србија
2006.	17.697	15.374	21.013	17.237	32.450
2007.	25.808	24.209	26.826	21.250	27.759
2008.	31.982	27.832	31.697	25.212	32.748
2009.	28.388	26.277	30.542	23.308	31.734
2010.	30.460	26.634	32.746	25.332	34.142
2011.	31.839	28.912	36.386	27.739	37.976
2012.	35.312	32.509	39.189	31.893	41.377

Извор: Општине и региони у Републици Србији, Републички завод за статистику, Београд

Просечне нето зараде по делатностима у Златиборском округу показују да је највеће зарада остварена у области финансијског посредовања (68.121 динар), а најнижа у области хотела и ресторана (19.400 динара).

Ако се висини зараде упореди са зарадама на нивоу републике, уочава се да су зараде у области хотела и ресторана веће од просека републике, као и у другим делатностима терцијарног сектора (трговина, саобраћај, грађевинарство).

Табела 45: Просечне нето зараде по делатностима у Златиборском округу

Делатности	2010.	просек Републике	+/- у односу на просек Републике
Пољопривреда, шумарство и водопривреда	31.267	29.713	1554
Рибарство	26.702	23.692	3010
Вађење руда и камена	49.414	49.652	-238
Прерађивачка индустрија	29.818	29.225	593
Производња ел. енергије, гаса и воде	45.323	46.352	-1029
Грађевинарство	31.688	28.961	2727
Трговина на велико и мало, поправка	26.011	25.692	319
Хотели и ресторани	19.400	18.910	490
Саобраћај, складиштење и везе	39.550	39.106	444
Финансијско посредовање	68.121	73.382	-5261
Послови с некретнинама, изнајмљивање	37.120	37.035	85
Државна управа и социјално осигурање	42.671	41.677	994
Образовање	35.721	35.867	-146
Здравствени и социјални рад	35.862	36.069	793
Друге комуналне, друштвене и личне услуге	32.366	32.060	306

Извор: Регионална привредна комора Ужице

Ако се просечна зарада по делатностима посматра по општинама уочава се:

- У Чајетини је остварена највећа просечна зарада у области хотела и ресторана, при чему је износ зараде већи и од републичког просека;

- У Бајиној Башти је остварена највећа зарада у области грађевинарства;
- У Ужицу су остварене већи износи зараде следећим делатностима: образовању, државној управи и социјалном осигурању, пословима са некретнинама, финансијском посредовању, саобраћају и пољопривреди.

5.6. Оцена ефеката туризма на регионални и привредни развој

Планински туризам у Србији има боље перформансе од бањског туризма. Иако има мање смештајних капацитета, они су у планинским дестинацијама бољег квалитета. Планинске дестинације последњих година имају већи број посетилаца, али у бањама се оствари већи број ноћења и сразмерно дужи боравак по посетиоцу.

Посматрајући туристичку статистику, очито је да у свим категоријама туристичких места доминирају домаћи посетиоци. Страних посетилаца је више у планинским него у бањским, премда је пословна орјентација и једних и других више окренута домаћим гостима.

Планинске дестинације у укупној посети Србије заузимају око 1/5 (20%) а у структури укупних ноћења учествују са 1/4 (25%).

Водеће планинске дестинације у Србији су Златибор, Копаоник, Тара и Дивчибаре у којима се остварује преко 100.000 ноћења годишње. То су дестинације са најдужом традицијом у Србији. По броју посетилаца, ноћења, а од 2010. године и лежајева Златибор је водећа дестинација код нас.

"Туристичка функција на Златибору је била толико јака да покрене и друге делатности, побољша инфраструктурну опремљеност, и подстакне целогодишњи туристички промет.

Пресудан значај за развој туризма на Златибору, а затим развој насеља и демографски пораст имао је положај на транзитном правцу који је омогућио велики и континуиран туристички промет и разноврсну тражњу. Стога се данас о Златибору може говорити као о туристичкој регији у којој димензије и привредна позиција туристичке функције објашњавају ефикасност њеног факторског деловања" (Деведић, 2006).

Мокра Гора као нова планинска дестинација има већи број страних посетилаца од многих традиционалних дестинација а које имају већи број смештајних капацитета.

"Развој туризма на Мокрој Гори утицао је на ревитализацију одређених сегмената наслеђа што се може означити као позитиван фактор развоја туристичке привреде у сеоској заједници. Највећи значај у том смислу има ревитализација пруге уског колосека која је проглашена културним добром и стварање музејске железничке поставке.

Туризам је утицао на обнављање и неких других сегмената материјалног наслеђа (народна архитектура, археолошки налази и верски објекти) док су елементи нематеријалне културе још увек недовољно афирмисани у туристичкој понуди. Створене су и неке нове културне вредности попут манифестација (Мокрогорски дани, Кустендорф) који свакако доприносе оживљавању села и употпуњавању туристичке понуде.

Такође, с обзиром да се ова дестинација не развија као дестинација масовног туризма ни идентитет локалне заједнице није знатно угрожен под утицајем туристичких миграција.

Иако део локалног становништва налази запослење у туристичкој привреди још увек нису искоришћене бројне могућности које би обезбедиле већем броју становника да се укључи у туризам и тако стиче материјалне и нематеријалне користи" (Утицај туризма на културу села Мокра Гора, 2010).

На основу анализе утицаја туризма на развој Златиборског округа издавају се позитивни ефекти који могу допринети даљем развоју општина и округа:

- Раст долазака и ноћења домаћих и страних туриста
- Раст броја становника у насељима Златибор и Чајетина
- Могућност за школовање у области туризма
- Атрактивност Златибора и Чајетине за веће досељавање
- Раст броја запослених у хотелима и ресторанима на Златибору и Чајетини и
- Већа зарада од републичког просека у области хотела и ресторана у Чајетини.

Присуство мултипликованог ефекта туризма уочава се на Златибору и Чајетини с обзиром на раст броја становника, запосленост, досељавање становништва и веће зараде у области туризма.

На даљи развој туризма округа утицаће мање развијене дестинације: Шљивовица, Штитково, Секулића вода и Беле воде.

Предлог дестинација за даљи развој туризма може се дати и на основу повољних демографских промена становништва које могу бити последица развоја

туризма. Према овој варијанти могуће је развијати туризам у Мачкату, Кривој Реци, Перућцу и Вранешима.

Ширење туризма може да буде усмерено и на развој туризма у градским центрима са коришћењем одређених елемената понуде на планинским дестинацијама.

Међутим, на развој планинског туризма у Златиборском округу могу неповољно да утичу следеће појаве:

- Недовољан допринос туризма спољно-трговинској размени
- Дубока демографска старост
- Веће учешће издржаваног у односу на активно становништво
- Ниже зараде од просека републике где су најниже зараде у области хотела и ресторана и
- Израженија веза између демографских промена и броја запослених у појединим општинама.

6. РАЗВОЈ МОДЕЛА ОПТИМАЛНЕ ПЛАНИНСКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ ЗЛАТИБОРСКОГ ОКРУГА

6.1. Основе модела оптималне планинске дестинације

На подручју Златиборског округа се могу организовати еколошки утемељени облици туризма што је у дугорочном развоју значајна потенцијална предност подручја (Регионални просторни план за подручје Златиборског и Моравичког управног округа, 2012).

На планинама Округа све већи значај добија дестинацијски бренд који је нераздвојив од суштине дестинације: пејзажа, људи, културе, историје и традиције (WTO, 2009). Слогани који се користе за промоцију туристичке регије Западна Србија су: "Мера лепоте", "Природни оптимизам", "Ако гледаш довољно дуго пронаћи ћеш себе", "Поглед на живот из првог реда", "Живи бајку".

Према Стратегији одрживог развоја региона Ужице (2009) модел оптималне планинске дестинације Златиборски округ као приоритетне компоненте треба да садржи:

- туристичке производе са заштићеним географским пореклом или приоритетне туристичке производе,
- биодиверзитет,
- развој сточарства,
- креативну економију и индустрију и
- националну културу.

6.1.1. Утврђивање приоритетних туристичких производа

Златиборски округ је познат по производњи сувомеснатих производа (говеђа и свињска пршута, ужичка сланина, ужичка кобасица, стеља), говеђећег и јагњећећег меса, производа од планинског млека (златарски сир, ужички кајмак, паприка у павлаци), воћа (малина, купина, јабука, шљива), воћних ракија (клековача, нановача,

препеченица), кромпира, лековитог биља, шумских плодова (печурке, јагоде, боровнице), пчелињих производа (шумски и ливадски мед) и поточне и калифорнијске пастрмке (www.rpk-uzice.co.rs).

На међународним и националним сајмовима су награђивани традиционални сувомеснати производи и ферментисане кобасице, сок од дуње 100% ручно цеђен, бистри воћни нектар јабука, стара клековача, воћне ракије, стара соколова ракија, златарски сир, ужичка сланина, мед са белим луком и хељдопита.

Производи Златиборског округа се производе на традиционални начин. Технологија производње ужичке пршуте је непромењена стотинама година. Село Мачкат је познато по производњи јагњећег и прасећег печења.

У нововарошком крају се гаји хељда и кромпир. Златарски сир се производи у селима Златара на надморској висини преко 1000 м и у индустријским условима у Новој Вароши. Пуномасно, брдско планинско млеко, произведено на Златару, такође, може имати одлику приоритетних производа.

Сагледавање простора туристичке регије планине Таре указује да би се концептом одрживе пољопривреде уз стимулисање специјализоване пољопривредне производње утицало на мобилизацију неискоришћених и/или недовољно искоришћених развојних потенцијала, ресурса и традиције уопште (Просторни план подручја посебне намене НП Тара, 2010).

У циљу очувања изворности висококвалитетних и органских сточарских производа (аутохтони сиреви, органско млеко), воћа, меда и риба, утемељен је колективни жиг квалитета изворних пољопривредних производа "IN NATURA".

Као приоритет у развоју подручја планинских дестинација важно је подстицање диверзификације руралне економије увођењем допунских делатности (сеоског туризма, кућне радиности, трговине, малих и средњих погона и сл.) које су везане за директан пласман у туристичкој понуди (на туристичкој трпези).

6.1.2. Биодиверзитет у развоју туризма планинских дестинација

Подручје Златиборског округа представља један од центара високог диверзитета природе у Србији и простор од изузетног значаја за очување и заштиту ретких и угрожених врста. Богатство фауне птица опредељује просторе Златиборског округа као

ИВА подручје што му даје посебан значај у области очувања и заштите врста птица и њихових станишта.

НП "Тара", Парк природе "Шарган-Мокра Гора" и Предео изузетних одлика "Заовине" постаће део мреже "Натура 2000" која се бави очувањем угрожених врста и станишта.

Код заштите биодиверзитета мора се имати у виду функционални значај појединачних шумских комплекса у смислу сезонске динамике појединих фаунистичких група (мешовите борове шуме за фауну птица) или еколошких коридора и прибежишта за сисаре, птице или водоземце. Такође, важно је очувати и постојеће комплексе под пашњацима и ливадама као станишта одређених врста сисара, птица и гмизаваца.

Неки од садржаја боравка посетилаца у резерватима природе и другим заштићеним добрима су: шетња мрежом обележених излетничких стаза, возња чамцем/бродом-јахање, посматрање птица и друге дивљачи, учешће у прихрани белоглавог супа, брање печурака, лековитих биљака и сакупљање шумских плодова уз пратњу водича, посматрање прераде млека и других традиционалних радова у оквиру сеоских домаћинстава и колиба, купање у рекама и водоакумулацијама и посета пећинама (Просторни план подручја посебне намене специјалног резервата природе "Увац", 2010).

Због очувања биодиверзитета сакупљање лековитог биља, шумских плодова и бобичастог дивљег воћа, може се дозволити искључиво у складу са условима надлежног Завода за заштиту природе Србије у погледу врста и количина.

Код изградње индустријских капацитета и унапређења саобраћајне инфраструктуре неопходно је предвидети могуће утицаје на целокупну фауну, могуће загађење земљишта и вода и адекватне мере заштите.

На заштићеном подручју планинских дестинација је потребно забранити изградњу каменолома, већих хидроенергетских објеката и формирање већих хидроакумулација, нарочито на мањим водотоцима, у клисурама и кањонима.

6.1.3. Унапређење сточарства као инструмент пољопривредне и туристичке политике

Основни правци развоја пољопривредне производње су унапређење сточарства, крмног биља и одређених врста воћа, поврћа и лековитог биља.

Поред рејона доминантно ратарско-повртарске производње и мешовитог сточарства (Бајина Башта), у Златиборском округу, постоји и рејон воћарско-повртарске производње и пашњачког сточарства који обухвата већи део брдске и предпланинске зоне (Бајина Башта, Чајетина, Ужице) и мањи део планинске зоне (источни део општине Нова Варош).

Укупан број грла говеда свих категорија је 91.000, а број оваца 235.000. Највећа фарма високо квалитетних грла приплодних крава је Пољопривредни Комбинат "Златибор" на Златибору.

Сточарска производња се прерађује у млекарама и кланицама у Златиборском округу и ван округа. Производи сточарства захваљујући поднебљу, условима и начину гајења, су тражени на домаћем и иностраном тржишту.

У округу постоји више кланица за клање и прераду меса. Најзначајније су Индустрија меса "Златибор" Чајетина, "Златиборац" Мачкат, "Продукт Шопаловић" из Мачката и друге.

Највећи проблеми у сточарској производњи везани су за мелиорацију и заштиту ливада и пашњака и побољшање исхране млечних грла и унапређење селекцијског рада на газдинствима. Такође, морају се унапредити хигијенски стандарди смештаја, неге и муже крава и оваца, и поштовати стандарди безбедности хране у објектима за складиштење и прераду млека на газдинствима.

При реализацији стратешких опредељења која се односе на заштиту пољопривредног земљишта, интензиван развој сточарства и имплементацију нове технологије у развоју производње еколошки здраве хране важно је стимулисање процеса концентрације земљишта, стоке и техничких средстава у економски и биолошки виталним сеоским домаћинствима и усклађивање развоја пољопривреде и руралног подручја са интересима заштићених подручја.

6.1.4. Креативна економија и индустрија на планинским дестинацијама

Важан аспект креативне економије и индустрије огледа се у повезивању културе са привредом, туризмом, образовањем, економијом и културном баштином Златиборског округа. На подручју планинских дестинација Златиборског округа постоји већи број установа из области креативне индустрије и економије: галерије, библиотеке, биоскопи, театри и Историјски архив.

Познате галерије су: Градска галерија у Ужицу, галерија Боже Ковачевића на Боровој Глави, атеље Трнава у селу Трнава, галерија Института за штитасту жлезду и метаболизам на Златибору, галерија Миладина Лекића у Бранешком пољу и галерија "Воденица" Бранка Тијанића у Шљивовици. У галеријама се могу видети споменици и бисте људи из ужичког краја, као и јавних личности из политичког и културног живота.

У све четири општине којима припадају планинске дестинације се налазе библиотеке које располажу са обимним библиотечким фондом, као и фондом старих и ретких књига.

У Ужицу ради Народно позориште у коме је прва представа је изведена 15. фебруара 1862. године (www.teatar-ue.co.rs). У Народном позоришту се од 2007. године традиционално одржава "Југословенски позоришни фестивал". У Ужицу се налази и Историјски архив који је основан 1948. године и Cinema city који је почео са радом 31. маја 2007. године.

6.1.5. Улога националне културе у развоју туризма

Етно-села, фолклорно наслеђе, музика и песме, стари занати и усмена традиција имају значајну улогу у очувању културне и националне традиције у Златиборском округу.

Позната етно-села су "Старо село" – Сирогојно, "Дрвенград" и етно парк "Терзића авлија" (у селу Злакуса).

Поред етно-села, подручје Златиборског округа је препознатљиво по фолклорној традицији. Тако је културно-уметничко друштво "Алекса Дејовић" основао крајем 1944. године у избеглиштву, најпре као "Радничко културно-просветно друштво". У свом саставу је имало мешовити хор, драмску секцију, два оркестра и

фолклорну групу. Културно-уметничко друштво "Први партизан" је основано 1948. године, а културно-уметничко друштво Ваљаонице бакра и алуминијума "Севојно" 1954. године.

Развијању фолклорне традиције допринела је и народна ношња која има препознатљиве делове. У женској одећи се преко дугачке кошуље носио ткани вунени појас и прегача. Од сукнених хаљетака најраширенији је био зубун, врста дугачког прслука, као и хаљина с рукавима. Главу девојке красила је црвена капа преко које су удате жене полагале мараму пресложену на разне начине. На ногама су ношени опанци, а празником кондуре. У мушкој ношњи карактеристичне су узане чакшире. Уз њих су ношени прслуци са равним и преклопљеним полама и краћи капуту с рукавима. Обавезан је био ткани појас разних боја, а на глави плитка црвена капа.

У ужичком крају је сачуван и древни начин дијафоног певања¹². Данас је најпопуларнији музички инструмент труба.

Ерски хумор је препознатљива одлика становништва ужичког краја коју одликују шала и смех.

Народ ужичког краја се бавио претежно сточарством и земљорадњом, али и са још четрдесетак различитих заната (израда одеће за укућане, постељина и осталих потрепштина, ткање и плетење, кирицилук, рабацилук, воденичарство, ваљавичарство, механцилук и свирање) (Росић, 1991).

6.2.Анализа резултата анкетирања управљачких структура и посетилаца планинских дестинација

Резултати анкете управљачких структура планинских дестинација

Резултати анкете управљачких структура планинских дестинација садрже следеће групе питања и одговора:

¹²Два певача изводе мелодију на високом тону и у малом тонском опсегу, задржавајући се гласом веома дуго на одређеним деловима мелострофе, тако да песма личи на звук фанфара. Оба певача држе исти тон и само местимично се један од њих гласом спусти до најближег доњег интервала. Повремено један певач застане да узме ваздуха, али се тај предах готово и не примећује. (<http://www.graduzice.org/userfiles.narodneumotvorine.pdf>)

Управљање туризмом туристичке регије Западна Србија

Важно место у управљању туризмом туристичке регије Западна Србија имају туристичке организације као јавне службе чији су оснивачи локалне самоуправе изузев општина Бајина Башта и Нова Варош у којима спортско-туристички центри управљају туризмом.

На нивоу регије Западна Србија основана је Регионална развојна агенција Златибор из Ужица и Туристичка организација регије Западна Србија. У регионалној агенцији је запослен виши саветник за туризам који се бави пројектима из ове области.

Туристичка организација регије Западна Србије је формирана са циљем да координира заједничку промоцију туризма између кључних субјеката, да подстиче изградњу туристичке инфраструктуре и да унапређује квалитет туристичке понуде.

Постоје изражене разлике у буџетима Туристичких организација и оне крећу од 700.000 е Туристичке организације Златибор, 360.000 е Спортско-туристичког центра Бајина Башта, 183.000 е Туристичко-спортског центра Златар и 70.000 е Туристичке организације Ужице. Годишњи буџет туристичке организације регије Западне Србије је 10.000 е.

Планирани износ трошкова за маркетинг и промоцију се креће од 15% до 40% планираног износа буџета (Златибор 40%, Мокра Гора 30%, Тара 25% и Златар 15%).

Постојећи модел управљања туризмом омогућава покривеност општина Западне Србије туристичким организацијама у којима се запошљава професионални кадар специјализован за различите секторе туризма. У Туристичкој организацији Златибор запослен је самостални сарадник за конгресни туризам, самостални сарадник за културни туризам и самостални сарадник за спортски туризам.

Ресурси као основа развоја планинских дестинација

Најважније природне вредности планинских дестинација су клима и чист ваздух. Поред климе и чистог ваздуха, у скали вредности планина значајно место заузима "нетакнута природа". Као вредности од значаја истичу се и уређеност простора, додатни садржаји, залихе воде и птице.

Користи које општине имају од развоја туризма су пре свега везане за чист ваздух, шумски појас и развој сеоског екотуризма. На другом месту по рангу налазе се резерве воде и бољи услови живота (График 18).

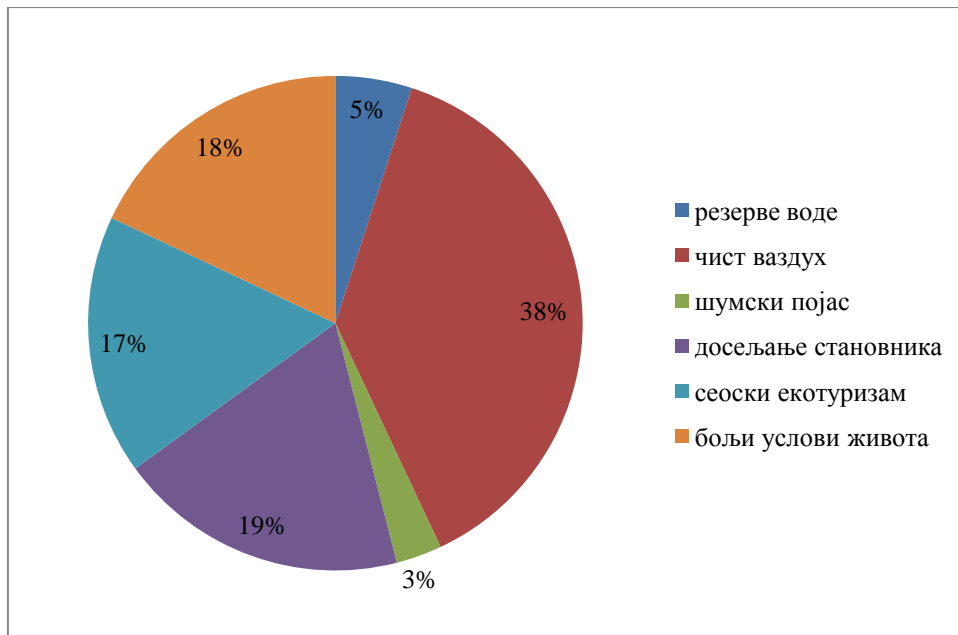


График 18: Користи од развоја туризма

Када је реч о штетама које туризам својим развојем проузрокује, на Златибору и Мокрој Гори постоји штетан утицај на природна добра, богатства и вредности. Већина анкетираних је исказала став да се штете односе на загађеност, буку и високе цене. Штете које праве дивље животиње су идентификоване на Златару (Увцу). Квалификација износа штете исказана у новцу није дата.

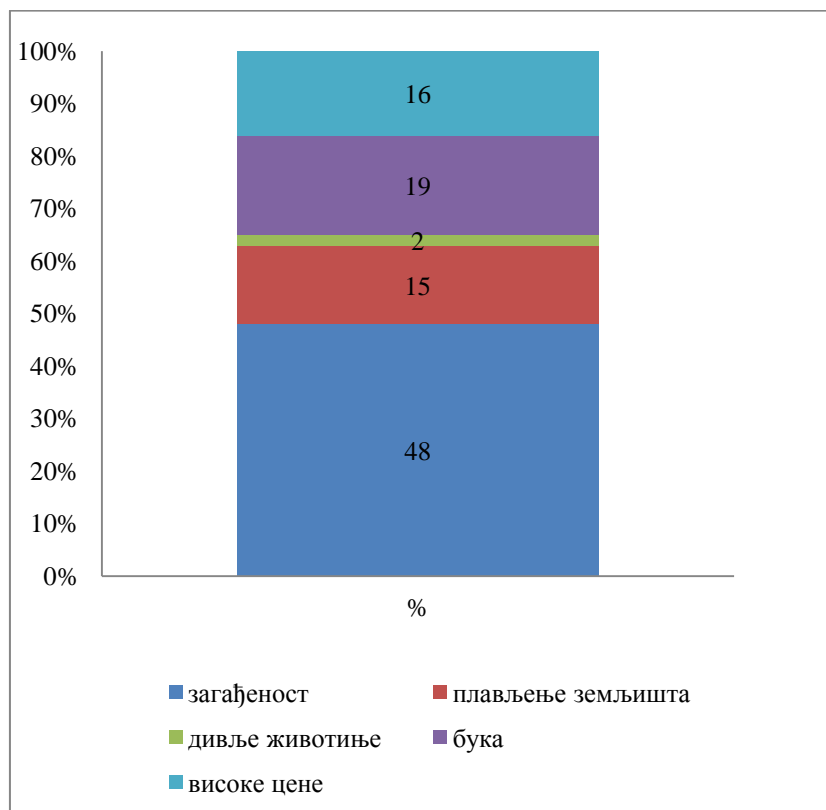


График 20: Штете које узрокује развој туризма

Заштита природних добара

Заштићена природна добра треба да остану у постојећем стању заштите уз финансирање трошкова одржавања од стране државе.

Приватизација/продаја Уваца, Мокре Горе и НП "Таре" није потребна због тога што природна добра нису на продају, држава боље управља него приватник и природна добра треба да припадају локалном становништву.

Казна за уништавање природних вредности добара треба да постоји и да износи од 2 до 10 пута више него што су трошкови да се обнови добро.

Такође, треба извршити легализацију бесправно изграђених објеката уз услов да власници уложе средства и да задовоље еколошке стандарде заштите околине од загађења.

Манифестације и креативна економија као могући подстицаји развоју туризма

Најпознатије манифестације су Пршутујада, Сиријада, Дринска регата и Кустендорф. Међутим, манифестације не утичу на одлуку о посети планинских дестинација. Највећи број манифестација нуди разоноду и забаву. Друга на скали вредности манифестација је култура а трећа спорт.

Као важан подстицај за развој туризма су препозната дешавања из области креативне културе и економије. Такође, национални и међународни сајмови су значајни за промоцију туризма на планинама.

Препознатљиви производи дестинација

Директори туристичких организација су као најпознатије производе издвојили: ужичку комплет лепињу, ужичке сувомеснате производе, јагњетину, кајмак и златарски сир.

Важност пројеката за развој туризма

Носиоци пројеката везаних за област туризма су канцеларије за локални развој и Регионална развојна агенција Златибор. Туристичка организација Златибор има систематизацијом предвиђено радно место послове управљања пројектима у области туризма.

Подстицаји који се користе за развој туризма су: кредити за подстицање квалитета угоститељске понуде физичких лица, малих и средњих предузећа из области

туризма за 2009. годину, бесповратна средстава (субвенције) за финансирање пројеката развоја туризма у 2009. години, PUSAID Агробизнис пројекат и MARINAS¹³ пројекат.

У области туризма су реализовани следећи пројекти:

- Програм подршка општина. Кроз овај програм је реализовано осам пројеката од којих се четири пројекта односило на развој планских докумената: План промена за општину Чајетина, Програм развоја општине Чајетина, Локални еколошки акциони план општине Чајетина и План енергетске ефикасности општине Чајетина. Остала четири пројекта су се односила на спровођење конкретних активности које су садржане у овим планским документима.
- Пројекти у којима је учествовала локална самоуправа су: обнова ски-центра Торник, израда постројења за пречишћавање отпадних вода на Златибору, канализациона мрежа у Сирогојну, општински услужни центар и јединствени информациони систем.
- У општини Чајетина канцеларија за локални економски развој реализује пројекат "ГИС – кључ развоја новог Златибора" у оквиру Program Exchange 3. Донатор је Европска унија, а вредност пројекта је 191.690,48 е.
- "Туристичка сигнализација Златибора и околине" је пројекат чији је подносилац Туристичка организација Златибор. "Озонске стазе Златибора" је пројекат који реализује туристичка организација Златибор у сарадњи са Међународном организацијом за помоћ и развој (IRD). Вредност ова два пројекта је 75.000 \$.
- Туристичко удружење Трипкова реализује пројекат под називом "Ревитализација бунарског система и изградња летње позорнице". Вредност инвестиције је 36.000 \$.
- Општина Пале, Ариље и Чајетина и Туристичка организација Златибор реализују пројекат "Златибор–Јахорина–сарадња на магичном путу". Овим пројектом се развијају капацитети запослених у туризму кроз организовање едукативних семинара као и унапређењем туристичке инфраструктуре што треба да допринесе побољшању туристичке понуде Јахорине и Златибора. Укупан заједнички буџет пројеката је 160.384,93 е.

¹³MARINAS-Modelling Adriatic Routes Integrating and Areas in the Adriatic Sea је пројекат у области туризма чији је циљ промоција економског, социјалног и културног дијалога између партнера и стварање заједничке базе туристичких потенцијала свих партнера окупљених. Реализацијом Пројекта омогућено је стварање и унапређење јединствене и оригиналне туристичке понуде и изградња мреже локалних туристичких система намењених светском туристичком тржишту.

- Пројекти који се реализују на Мокрој Гори су:
 - ✓ инвентаризација, вредновање и класификација геонаслеђа парка природе "Шарган–Мокра Гора"
 - ✓ израда карте Геонаслеђе парка природе "Шарган–Мокра Гора"
 - ✓ пројекат водоснабдевања, прикупљања и транспорта отпадних вода из парка природе којим је изграђено 10 км водоводне и 10 км канализационе мреже и
 - ✓ реконструкција пута Мокра Гора–Златибор и изградња локалних путева.

Пројекти који треба да се реализују у наредном периоду су:

- Отварање Регионалног центра за развој органске производње у Бајиној Башти
- Пројекат "Плански развој централног Златибора" према коме се аутобуска станица премешта на простор на улазу у Златибор
- Реконструкција дела локалног пута Бајина Башта–Тара, израда пројектне документације за изградњу пута Поникве–Калуђерске баре, изградња примарног канализационог колектора, главни пројекат снабдевања водом Чајетине и успутних насеља са изворишта Сушице 2012-2014., постројење за пречишћавање отпадних вода туристичког центра на Златибору 2012-2014., изградња регионалног пута Златибор–Мокра Гора, као и пројекат Регионалног управљања комуналним отпадом "Дубоко".
- На подручју планине Златар и општине Нова Варош: изградња когенеративног постројења за биомасу, мини хидроцентрале на Бистрици и објекта за производњу печурака са допуном за производњу органске хране.
- Пројекти који су у различитим фазама реализације: Златибор "Кроз културу и туризам до боље сарадње", Изградња ауто кампа ТРЗС: Private Sector Development, Cross Spa Gondola, наставак развоја Скијалишта Бријежђа–Дунав осигурање–Нова Варош, завршетак и пуштање у функцију Визиторског центра на Кокином Броду–Златарско језеро, градња марине и наставак изградње понтонске плаже на Кокином Броду-Златарско Језеро.

Резултати анкете посетилаца планинских дестинација

Са посетиоцима планинских дестинација обављен је интервју у оквиру дефинисаног узорка. Учесће испитаника мушког и женског пола је уједначено (48,5%-

51,5%). Највећи број испитаника је старосне доби од 46-55 година. Највећи проценат испитаника са више од 55 година је на Златару (77%), а најмањи на Мокрој Гори (17%). Већина испитаника има средње образовање (47,5%). Највећи број испитаника има месечни нето приход испод републичког просека.

Највећи број испитаника на планинама борави са супругом (партнером) као и са супругом/партнером и децом. Просечна дужина боравка је 5 дана (Мокра Гора 3 дана).

Највећи број испитаника борави у хотелима користећи услугу пансиона или полупансиона. Одржавање туристичких манифестација није утицало на одлуку о посети планинске дестинације.

Анализом података добијени су следећи резултати:

Ресурси као туристичка атракција

Здравствени разлози су одлучујући фактор због кога се борави на планинама. Златибор се посећује због квалитетне услуге, здравствених разлога и чистог ваздуха. Златар се посећује због чистог ваздуха, здравствених разлога и нетакнуте природе. Тара се највише посећује због приступачних цена, чистог ваздуха и нетакнуте природе. Највећи број испитаника на Мокрој Гори борави због квалитетне услуге, културних садржаја и уређености простора (График 219).

Планине се посећују због препоруке пријатеља и искуства из претходне посете. Искуство из претходне посете је доминантан извор информација за испитанике на Златибору и Тари, а на Златару и Мокрој Гори је препорука пријатеља или рођака. Туристима који долазе на Златар важан извор информација је Интернет. Каталоге и брошуре туристичких агенција као извор информација највише користе испитаници са Златара али и препоруку лекара (График 22).

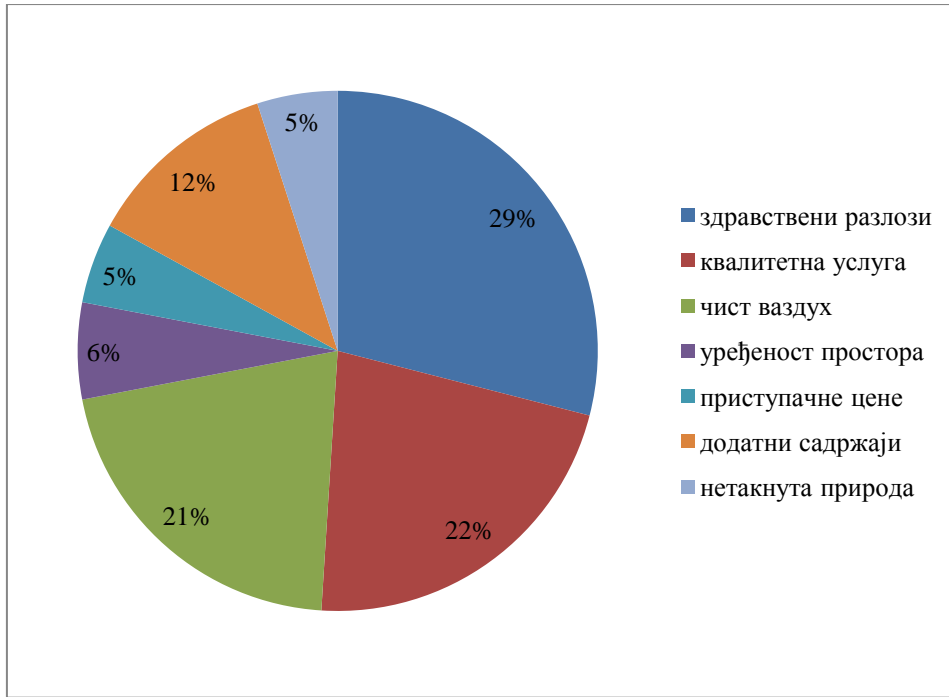


График 21: Разлози због којих се борави на планини

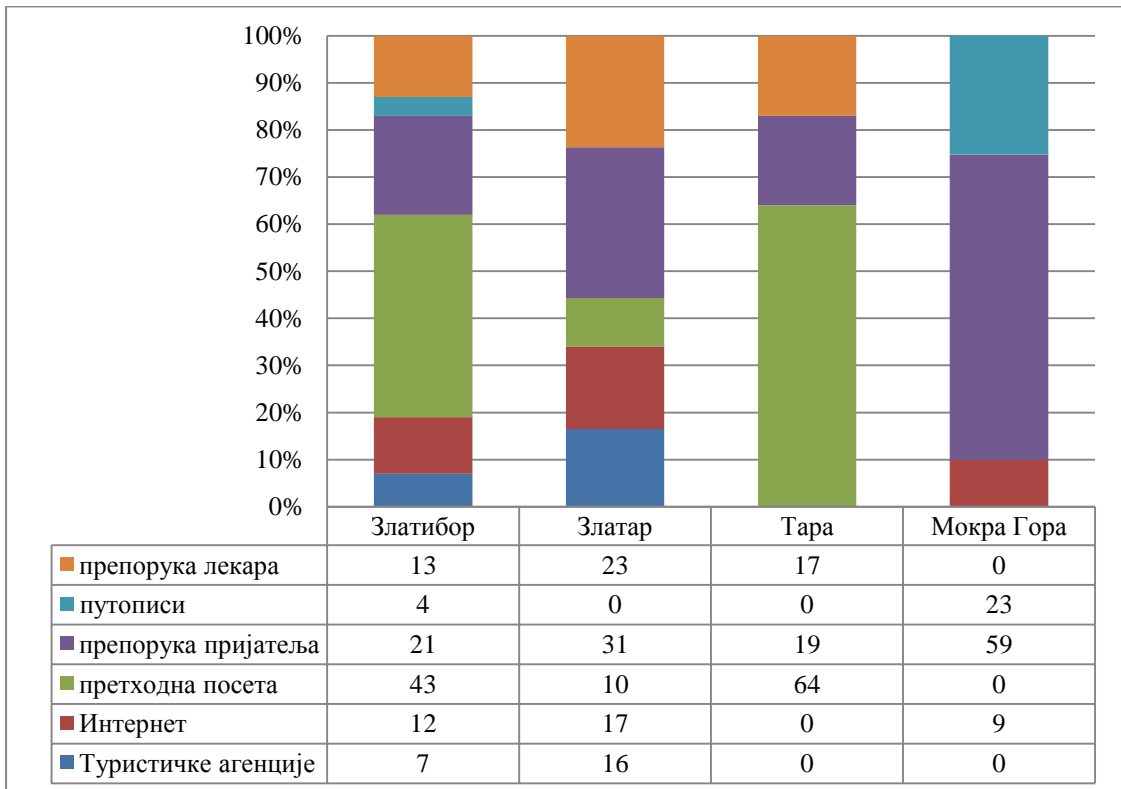


График 22: Начини прикупљања информација о планинама

Заштита природних добара

Казна за уништавање природних вредности и добара треба да буде два пута виша него што су трошкови да се обнови добро. Поједини ставови исказују спремност и да самостално учествују у давању средстава као прилога за очување природних добара и вредности.

Интегрални туристички производи планинских дестинација

Приликом посете планинских дестинација туристима треба понудити излете до других дестинација. Већина испитаника је упозната са понудом организованих излета.

На Златибору и Златару туристи су више заинтересовани за излете него на осталим планинама. Постоји и део туриста који због деце, недостатка времена и чињенице да не воли једнодневне излете није заинтересован за излете.

Туристи који бораве на Златибору планирају да посете Дрвенград, Сирогојно и Тару. Туристи који бораве на Златару су заинтересовани за посету манастира Милешеве, Увачког и Златарског језера. Туристи који бораве на Тари су заинтересовани за посету Дрвенграда, реке Дрине и Перућца и Заовинског језера. Интересовање туриста на Мокрој Гори за посете је најразноврсније, јер су заинтересовани за посету Златибора, Сирогојна, Таре, Заовинског језера и Златара.

Оцена понуде планинских дестинација

Највећи број испитаника је понуду Златибора (84%) и Мокре Горе (91%) оценио као одличну, а понуду Златара (78%) и Таре (86%) као врло добру.

Аспекти понуде са којима туристи нису задовољни на планинским дестинацијама

Највећи број испитаника на Златибору је као недостатак истакао буку, гужву.

Главни недостаци Златару су високе цене, недовољно културних/забавних садржаја и лош смештај.

Као главни недостатак Таре испитаници су истакли недовољно продавница, али и недовољно садржаја за децу.

Главни недостатак Мокре Горе према мишљењу већине испитаника су недостатак културно/забавних садржаја и садржаја за децу.

У анкети је била понуђена могућност давања додатних одговора "остало". У овој опцији су као недостаци наведени за Златибор: недостатак паркинга и пси луталице, за Тару нехигијена и неосветљеност, и за Мокру Гору необележеност стаза и путева.

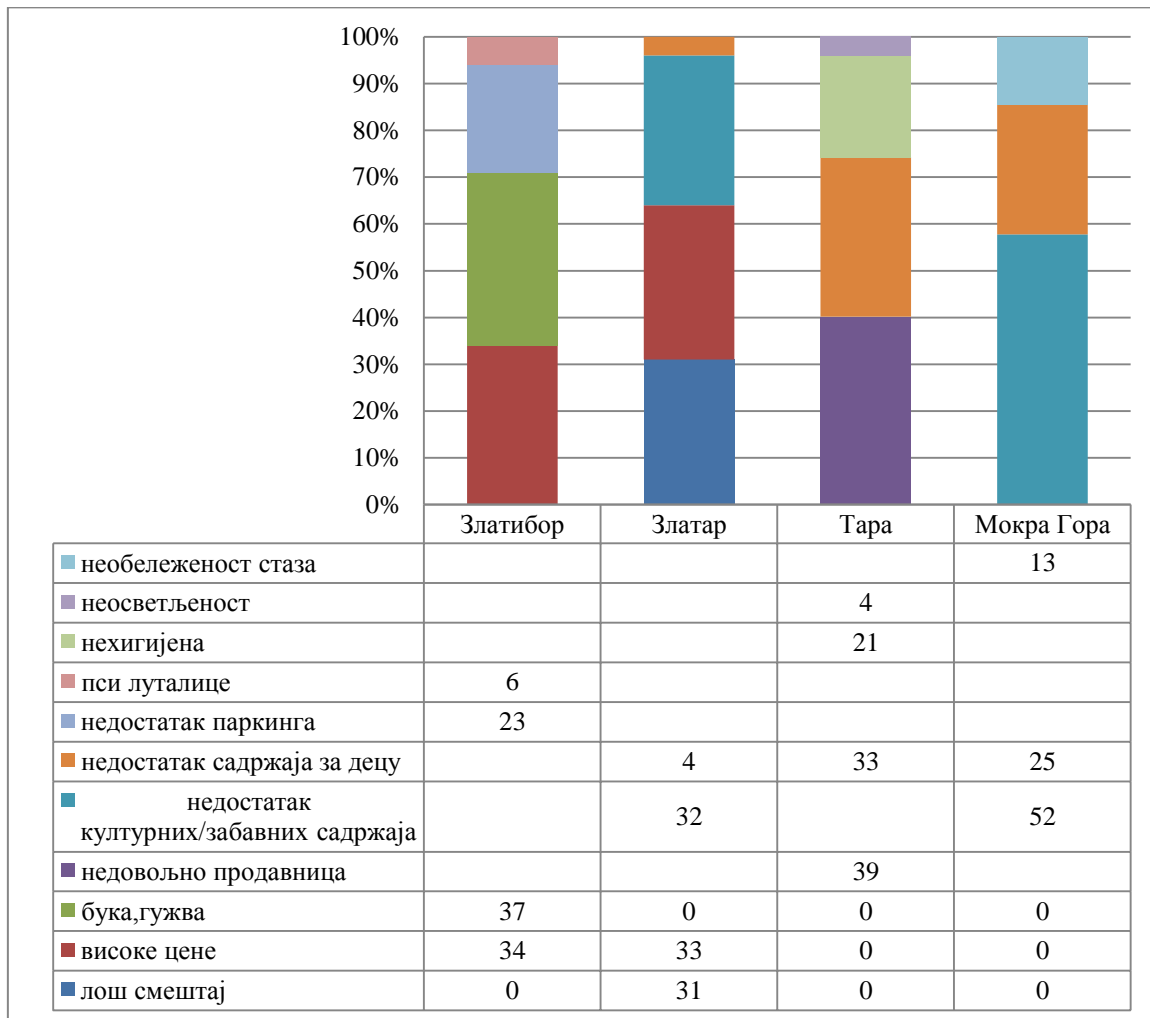


График 23: Главни недостаци планина



ЗАПАЖАЊА, ПРИМЕДБЕ, ПРЕПОРУКЕ И СУГЕСТИЈЕ:

Испитаници су попуњавајући анкету имали могућност да описно дају своју оцену туризма на планинама Златиборског округа. Преглед квалитативних исказа посетилалца може се груписати у три категорије. Прва, најбројнија су вредносни ставови којима се описују ставови на позитивни начин. Другу групу представљају ставови препорука надлежним лицима шта би требало побољшати. Трећа група се односи на примедбе у вези са ценом паркинга и хигијеном.

++	+	-	--
Туризам у перспективи треба да буде много значајнија привредна грана него до сада.	Волим комплет лепињу.	Постојећи модел управљања туризмом одликују ниски буџети и традиционални модел управљања где се не преноси ауторитет са директора на запослене.	Лоша доступност дестинације (аеродром и аутопут)
Златар и Златибор су према мишљењу представника Туристичке организације допринели у великој мери развоју општина.	Мокра Гора:квалитетна услуга	Највећи дисбаланс између између очуваности ресурса и њихове економске користи постоји на Златару.	Обележеност појединих локалитета
Можда организовати изборе:најбољи домаћин, најуређеније домаћинство или двориште, најлепши сувенир.	Туристичке организације се укључују у очување ресурса поштовањем прописа о градњи и развоју туризма у заштићеним подручјима.	Туристима је јако важна љубазност локалног становништва и осећај сигурности.	Доста смећа у води препорука чувари
Спа на Златибору: дестинацијски спа, као и спа јеловник и медицински спа, чиста петица.	Супер, нај...	Потребно је урадити више код организовања излета јер великом броју туриста понуда излета није привлачна и не одговара им да имају додатне трошкове на путовању.	Прескуп паркинг
Успеси на националним	Лепа природа и	Посетиоци са децом и без	Велика неорганизованост

и међународним сајмовима туризма.	експонати.	деце не треба да буду на истом спрату хотела.	
Свако ко воли природу треба да посети Увац.	Љубазно особље	Направити осветљење у пећини	Боља путна сигнализација
Све је лепо.	Реткост лепоте	Неприступачност видиковца за све особе.	Више путоказа, информација, водича

6.2.1. Укључивање резултата анкете у оптимални модел планинске дестинације

Оптимални модел планинске дестинације Златиборски округ треба да се састоји из туристичких производа са заштићеним географским пореклом или приоритетних туристичких производа, биодиверзитета, развоја сточарства, креативне економије и индустрије и националне културе, као и да укључи елементе:

1. сарадња носилаца туристичке политике на нивоу округа и формирање дестинацијске менаџмент организације као модела за управљање туризмом,
2. учешће у пројектима и изради акционих планова којима се подржава развој туризма, просторних планова и стратегије развоја туризма,
3. заштита природних добара и
4. промоцију туристичке понуде и активности.

1. Планински туризам је препознат као најперспективнији туристички производ Западне Србије. Између планинских дестинација постоје разлике у туристичкој посећености, али њихов развој треба посматрати као комплементаран а не конкурентски чему треба да допринесе и стварање регионалних туристичких производа. Због тога се постојећи модел за управљање туризмом треба да трансформише у дестинацијску менаџмент организацију чиме ће се омогућити ефикасније управљање туризмом, решавање заједничких проблема и алоцирање финансијских средстава (Предлог модела оптималног управљања туризмом са организационом структуром туристичке регије Западна Србија, 2012).

Сарадња локалне самоуправе и туристичких организација је веома важна при доношењу одлука везаних за туризам. Због тога је потребно унапредити рад

канцеларије за локални развој која ће се бавити туризмом или систематизацијом предивети радно место у туристичким организацијама.

У туристичким организацијама је потребно запослити професионални кадар за различите секторе туризма који су карактеристични за подручје дестинације. Важно је трансформисати СТЦ Бајина Башта и Нова Варош у туристичке организације како би се ефикасније бавиле туризмом.

На подручју Златиборског округа не постоји специјализована агенција за понуду услуга унутар целе туристичке регије. Највећи број агенција се налази на Златибору ("Златекс", "Златибортурс", "Елита плус", "Златиборски конак", "Тас"). Ове агенције организују излете до оближњих атракција: Мокре Горе, Сирогојна, Стопића пећине, Гостиљског водопада, Торника, али и до Увачког језера, Националног парка Тара, манастира Милешеве у Пријепољу.

Постојеће гастрономске производе треба више промовисати и даље радити на њиховом брендирању (ужичка комплет лепиња, златарски пуномасни сир, хељдопита). Развојем производа треба подстаћи и израду пројекта "гастрономске туре".

Златиборски округ има релативно добар имиџ туристичке регије као гастрономски аутентичног подручја. Међутим, тренутна гастрономска понуда представља микс елемената иностраних кухиња при чему је недовољан и нередован избор аутентичних намирница у систему набавке.

2. Важни сегменти туризма као што су саобраћајна и комунална инфраструктура, заштита животне средине и манифестације, су недовољно развијени. На подручју планинских дестинација се издвојило неколико манифестација по својој посећености и атрактивности али су и даље манифестације секундарни туристички мотиви за посећеност дестинација. Оно што је уочљиво јесте да се повећава број и значај манифестација којима се промовише национална и етно-култура.

Недостатак кадрова у туризму, инфо центара и пунктова, пешачких и бициклических стаза, квалитетних смештајних капацитета, хотела са четири звездице, туристичке сигнализације, неки су од проблема које треба реализовати плански кроз очување природних и културно-историјских ресурса. Инфраструктура треба да буде тако осмишљена да не нарушава разноврсност биљног и животињског света.

Планинске дестинације треба да се укључе у ГИС пројекат ради просторног планирања и управљања земљиштем. Поред просторних планова, у наредном периоду треба израдити Стратегију или план развоја туризма Златиборског округа.

3. Развој туризма треба да се ослања на заштићеност и амбијенталност простора. У складу са законским уредбама планови развоја и изградње могу реализовати, углавном, у III режиму заштите, при чему приоритет се даје јавним и туристичким објектима. Сви планови изградње морају бити базирани на квалитетној инфраструктури, посебно оној којом се обезбеђују заштита водотока и земљишта.

4. Промоција туристичке понуде и активности је део маркетинг концепта којим се туристички производи чине доступним домаћем и иностраном тржишту. Увођење маркетинга у туризам подразумева спровођење мултидисциплинарне едукације стручњака и становништва, као и подизање свести потрошача о природним атракцијама и њиховој вредности.

Сајмови и културно-туристичке манифестације треба да имају већи значај при доношењу одлуке о избору туристичке дестинације. Такође, потребно је повећати употребу Интернета као извора информација о дестинацијама, јер туристичке организације и ТО Западне Србије имају урађене сајтове са комплетним информацијама о понуди, атракцијама и облицима туризма.

Активности којима ће се унапредити туризам на планинским дестинацијама су:

- формирање јединствене базе података о туристичким вредностима и капацитетима планинских дестинација,
- израда и доношење општинских програма развоја туризма,
- обезбеђење неопходне институционално-организационе подршке управљању развојем туризма, туристичких производа (скијалишта, сеоски туризам, језера, манифестације и др.),
- израда и реализација пројеката развоја туристичке инфраструктуре и супраструктуре,
- едукација локалног становништва и
- учествовање у пројектима којима се доприноси развоју туризма.

6.2.2. Препоруке и даљи правци развоја туризма

На подручју планинских дестинација потребно је створити услове за одрживи развој ресурса који су у функцији развоја (пољопривреде и других компатибилних активности) и ревитализације становништва. Због тога је важно оживљавање,

унапређивање и даљи развој сеоских насеља и њихово укључивање у активности везане за основне намене заштићених подручја.

У развоју села треба применити стратегију вишефункционалног и интегралног развоја што значи да ће, осим пољопривредне, село развијати и привредне, услужне, финансијске, туристичке и остале делатности, али не на штету пољопривредног потенцијала.

Стварање услова за контролисано коришћење природних добара захтева проверу граничних капацитета за поједине намене и функције као и валоризацију најзначајнијих природних и створених потенцијала туристичке понуде за домаћи и страни туризам.

Такође, мора се водити рачуна о усклађивању намена и начина коришћења пољопривредног земљишта са режимима заштите са једне, и природним погодностима и ограничењима, са друге стране, уз поштовање агроеколошког капацитета различитих категорија пољопривредних површина.

Пољопривредну производњу треба ускладити према специфичностима праваца развоја туризма (нови хотели, етно хотели, еко село, пастирске колибе, голф терени и сл.).

Имајући у виду значај пољопривредне производње за развој привреде и туризма Златиборског округа потребно је креирање "зелене ознаке" – "green range" за пољопривредне производе. Развој пољопривреде треба да прати формирање партнерских односа на релацији пољопривредни произвођач – ресторани са циљем формирања "аутентичне понуде подручја Таре, Шаргана, Мокре Горе, Златибора".

У развоју туризма потребно је повећање коришћења капацитета и квалитета услуге (до светског стандарда) као и комплетирање туристичке понуде. Важно место припада и промовисању социјалне функције туризма (спортске и рекреативне) и подстицању одређених облика туризма где је традиционални сеоски туризам целогодишњег карактера.

Туризам чији се развој првенствено темељи на принципима одрживог развоја може да се развија на подручју планинских дестинација. Посебно се мора водити рачуна о развоју рекреативно-едукативних програма којима се афирмишу природне и створене вредности подручја, као и специфичних облика привремених и стационарних капацитета (етно, сеоски туризам, еко кампови) и еколошких програма угоститељства и услуга.

Полазну основу за развој еко-руралног туризма, осим природних богатстава, представља и локално становништво са својим приватним поседима. Уз помоћ локалних туристичких организација потребно је пронаћи и едуковати потенцијалне домаћине и пружити им материјалну помоћ (дугорочни кредити) ради обнављања стада и припреми кућа и брвнара за потребе еко-руралног туризма.

Развој еко и етно туризма треба да прати и формирање организационих јединица јавних служби за рад на селу (патронажа, кућна нега, амбуланта, поштански шалтер, одељења образовних установа, теренски рад Центра за социјални рад). На подручју планинских дестинација могуће је подстицати и авантуристички туризам који укључује путовања која за путника представљају лични изазов, а чији је главни циљ истраживање нових доживљаја.

Целогодишњи здравствено-рехабилитациони туризам ће се одвијати на постојећим локалитетима ваздушне бање на Златару уз неопходну модернизацију и адаптацију смештајних капацитета специјалне болнице, на Златибору, као и у приватним центрима за рехабилитацију (wellness) у селима у зони са режимом заштите III степена око Златарског језера.

На основу свега наведеног може се закључити да планинске дестинације Златиборског округа имају велике потенцијале за даљи развој породичног, дечијег, спортског, активног и здравственог туризма, али да су суочене са бројним инфраструктурним проблемима. Пре свега, неопходно је решавање питања водоснабдевања, канализационе мреже, побољшања прилазних путева, а посебно путне мреже у самим дестинацијама, као и питање одлагања комуналног отпада. Поред тога, важно је радити на побољшању смештајних капацитета и унапређењу туристичких садржаја.

Оптимални развој планинског туризма ће се остварити усаглашавањем економских и еколошких циљева, што представља изазов креаторима савремених туристичких дестинација широм света.

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Развој савременог туризма одликује динамичан раст током неколико последњих деценија двадесетог века, као и тражња за новим туристичким производима, дестинацијама и активно учешће у стварању туристичког производа. Туристичку тражњу карактерише растућа свест о здрављу и еколошка одговорност што је подстакло развој здравственог туризма и унапредило природне и културне садржаје.

Планински туризам се јавља почетком деветнаестог века. Прави развој планинског туризма у свету и Србији је почео педесетих година прошлог века. Планинске дестинације у савременим условима постају целогодишње дестинације, јер поред зимске сезоне развијају и туристичке програме у летњој сезони.

У Србији висинска структура рељефа не одговара развоју високопланинског туризма због чега је више развијен излетнички него стационирани туризам. Најпосећеније планинске дестинације су Златибор, Копаоник и Тара.

У докторској дисертацији "Улога планинских дестинација у развоју туризма Златиборског округа" сагледане су могућности за бржи и равномернији развој туризма на основу квалитативне и квантитативне анализе постојећег потенцијала планинских дестинација Златиборског округа: Златибора, Таре, Златара и Мокре Горе. Природни ресурси на овим дестинацијама су кључни, али недовољно искоришћени за развој туризма.

Општи циљ развоја туризма је остваривање одрживог развоја према стандардима ЕУ уз повећање конкурентности туристичке понуде кроз више видова туризма, уз истовремени пораст стандарда живота локалног становништва, посебно оних који су на посредан или непосредан начин повезани са развојем туризма. Развој туризма на подручју Златиборског округа треба да буде усклађен са захтевима очувања и унапређења квалитета животне средине и природних вредности, добара и ресурса, јер неадекватно управљање туристичким ресурсима води ка њиховој деградацији.

Даљи развој туризма на планинским дестинацијама Златиборског округа ограничава неискоришћеност аеродрома Поникве за цивилни саобраћај, квалитет путне мреже, туристичка сигнализација, приступ и недовољна уређеност туристичких локалитета и непостојање пратећих услужних садржаја. Такође, квалитет услуга није

на задовољавајућем нивоу због тога што не постоји јасан систем контроле и управљања квалитетом и недовољан број препознатљивих туристичких манифестација.

Унапређење постојеће смештајне понуде је повезано са недовршеним процесом приватизације. Сектор подршке квалитету услуга се односи на унапређење комплементарних активности као што су садржаји у области трговине, путничке агенције, објекти за смештај, храну и пиће, атракције, развијеност мреже локалних добављача и произвођача. Нова смештајна понуда треба да се развија према концепту одрживог развоја, чиме се отварају досад потпуно неоткривена и/или недовољно валоризована подручја (национални паркови, паркови природе, комплекси руралног и индустријског наслеђа, планински масиви и сл.). Улагањима у инфраструктуру може се ревитализовати постојећа туристичка понуда, подстаћи приватни сектор, увести примена еколошких стандарда у туристичким местима, као активирати повезивање јавног и приватног сектора.

Анализа туристичке посећености Златибора, Таре, Златара и Мокре Горе, показала је да се ове дестинације налазе у различитим фазама животног циклуса при чему фаза животног циклуса показује степен њиховог развоја. Према овом критеријуму, најразвијенији је Златибор, а најмање развијен Златар. Растућа улога и значај Мокре Горе са аспекта економских ефеката туризма је повољна, међутим, капацитет носивости територије може бити убрзо достигнут и постати препрека даљем развоју туризма. Важно је истаћи да Мокру Гору посећује већи број страних посетилаца у односу на остале планинске дестинације што је важна одлика туристичког промета и основа планирања будућег развоја ове дестинације.

Као посебно питање развоја планинских дестинација истиче се заштита биодиверзитета. У области заштите животне средине потребно је константно праћење квалитета воде, ваздуха и земљишта, примена нових технологија и коришћење алтернативних извора енергије, као и заштита и одржавање природних добара (Тара, акумулација Врутци, клисура Ђетиње и др.), перманентна едукација и активно укључивање младих у заштити животне средине као и континуирана медијска кампања.

Основне активности у заштити животне средине су везане за предострожност за активности које могу да изазову негативне утицаје на околину или еколошки ризик, примена система процене утицаја развоја саобраћаја, привредних активности и градње на животну средину пре доношења инвестиционих одлука. Заштита изворишта водоснабдевања, зелених површина, заштићеног природног и културног добра је

приоритет у овој области. Такође, треба да се води рачуна и о рационалнијем коришћењу природних ресурса, а нарочито необновљивих и делимично обновљивих, али и повећању степена рециклирања и безбедног депоновања свих врста отпада. Заштита и одрживо коришћење шума, шумског земљишта и развој шумарства и ловства подразумева управљање и коришћење шума и шумског земљишта на начин да се очува биодиверзитет. Развој ловства се односи на достизање оптималног фонда гајених врста дивљачи као и значајно повећање бројности ситне дивљачи и вишеструко повећање бројности крупне дивљачи.

Питање мултипликованог ефекта туризма је важно зато што туризам омогућава раст запослења и креирање нових радних места. Осим на запосленост туризам има значајан утицај на формирање БДП, броја становника, запосленост, платни биланс, приходе за државни буџет и локалне буџете и подржава развој инвестиционих активности. Туризам је једна од најатрактивнијих области за директна страна улагања, економски раст, развој људских ресурса, као и за инвестирање у инфраструктуру на подручјима туристичких потенцијала.

Анализа мултипликованог ефекта туризма показала је да планински туризам може да буде генератор привредног развоја Округа. Највећи број туриста који посећује Округ борави на једној од четири планинске дестинације.

Демографски развој треба унапредити у свим општинама Златиборске области и то укључивањем становништва у активности и послове на заштити природе и животне средине и одрживом развоју туризма. Активирањем потенцијала за одрживи развој привреде и малих и средњих предузећа који ће омогућити валоризовање и допринети заштити наслеђа и ресурса омогућиће се виши степен интегрисаности планског подручја у локалним и регионалним оквирима.

Туризам је најразвијенија и најважнија грана привреде општине Чајетина. Најзаступљеније привредне гране у Ужицу су металопрерађивачка индустрија, грађевинска индустрија, трговина и саобраћај.

Златибор је дестинација на примеру које се може уочити присуство мултипликованог ефекта туризма, али и ефекат ширења туризма на мање позната подручја (Мачкат, Крива Река).

Златиборски округ и Ужице спадају међу области с најнижим стопама незапослености на нивоу Србије, на основу чега се може закључити да даљи развој планинског туризма може зауставити депопулацију и заостајање у привредном развоју планинских подручја Округа.

По питању запослености потребно је повећати запосленост становништва подржавањем динамичног привредног раста у делатностима које су конкурентне (агроиндустрија, текстилна индустрија, прерада дрвета и производња намештаја и др.) и равномернијим територијалним развојем привреде у складу с развојним потенцијалима и просторно-еколошким капацитетом подручја.

За привредни развој општина Златиборског округа је важно подстицање развоја малих и средњих предузећа, оснивање нових предузећа, промоција страних и домаћих инвестиција, промоција развоја кластера и производња здраве хране. Задовољавајући квалитет животне средине је предуслов за производњу и прераду биолошки вредне хране. Такође, повољни услови и традиција у гајењу воћа, сточарству, производњи ужичких специјалитета дају могућност производње квалитетне хране. У Округу се повећава број прерађивача млека, млечних производа и пчелара, због чега се јављају иницијативе и акције за оживљавање села. Развојем села могу се унапредити пратеће делатности, као што су трговина, занатство и социјална инфраструктура и унапредити еко и етно туризам. Неопходно је планирати одрживи развој и израдити акционе планове развоја села, развијати уметничке и старе занате у руралним срединама и едуковати сеоско становништво о економском развоју кроз основање агро центара у селима. Успостављањем агро центара би се задржало радно способно становништво у селима и насељима на руралном подручју.

Предлог оптималног модела дестинације Златиборски округ као приоритетне компоненте садржи: развој приоритетних производа, заштиту биодиверзитета, развој сточарства, креативну економију и индустрију и националну културу.

На подручју Златиборског округа потребно је успостављање ефикасног система управљања дестинацијама путем оснивања организације за управљање дестинацијом. На овај начин Округом треба да управља професионални менаџмент где централна канцеларија преузима одговорност за планирање развоја дестинације, туристичких производа и конкурентности дестинације. Недостатак постојећег модела управљања је недовољно изражена координација туристичких организација и установа културе, невладиних организација, спортских организација и удружења грађана на нивоу Округа. Проблем представља и недовољно издвајање средстава из буџета за унапређење и развој туризма, како на републичком, тако и на локалном нивоу.

Због тога је потребно успостављање партнерства локалних актера из јавног и цивилног сектора при утврђивању и спровођењу локалне стратегије/планова интегралног руралног развоја којима се идентификују потребне мере подршке у

погледу инвестиција на газдинствима, модернизације прераде и пласмана пољопривредних производа и унапређења услова живљења на селу.

Да би се смањило и отклонило дејство ограничавајућих фактора за развој туризма важно је спровођење мера опште економске, развојне и инвестиционе политике у туризму.

Мерама и инструментима опште економске политике на нивоу републике морају се дефинисати повољни дугорочни кредити и порески подстицаја за власнике непокретности (пољопривредно земљиште и шуме), младе пољопривреднике који остају на селу или се враћају на село, изградњу и модернизацију садржаја туристичке понуде и опреме, организацију и пружање услуга јавних служби у приватном сектору, развој малих и средњих предузећа у циљу отварања нових радних места, а нарочито "старт ап" кредити за почетнике који први пут започињу предузетничку делатност.

Инвестициона политика у сектору туризма у Златиборском округу односи се на реструктурисање, рехабилитовање и подизање квалитета постојећих објеката туристичке понуде у ужем и ширем смислу (тржишно репозиционирање, примена светских критеријума у категоризацији). То се не односи само на хотелске објекте већ и на бројне комплементарне смештајне капацитете који се недовољно користе услед запуштености, руинираности и неприлагођености захтевима савремене тражње.

У области пољопривредне производње потребно је очување и унапређење локалних ресурса за производњу квалитетних пољопривредно-прехрамбених производа упоредо с континуираним побољшавањем материјалних и социјалних услова живљења сеоског становништва. Интерес заштите природних добара јесте подстицање и субвенционисање примене органских метода производње хране, заједно са развојем руралног туризма и уз уважавање економских интереса.

Развојном политиком у туризму ће се омогућити равномернија просторна дистрибуцију туриста унутар подручја планинских дестинација при чему ће се туристичка кретања усмерити ка периферним деловима. На овај начин ће се остварити смањење притиска на критична подручја у којима су лоцирани кључни туристички мотиви, као и подстицање туристичке потрошње у новим зонама и локалитетима, чиме се отварају нове пословне могућности, доприноси привредном развоју периферних делова дестинације и повећава запосленост домицилног становништва.

Планинске дестинације треба да развију специфичне туристичке производе према захтевима иностране и домаће туристичке тражње и да комплетирају туристичку понуду са атрактивним програмима што значи да развој дестинација неће бити

конкурентски већ комплементаран што се може постићи трагањем за препознатљивим производом дестинације.

У наредном периоду на планинским дестинацијама Златиборског округа, кроз одрживи развој туризма, треба обезбедити дугорочну заштиту природних и културних ресурса. Развој нових туристичких производа Златиборског округа мора испунити међународне стандарде квалитета, пре свега, заштиту туристичких потрошача сагласно европској пракси чиме ће туризам бити важнији покретач привредног развоја са израженијим мултипликованим ефектом.

Списак литературе

1. Aguilo, E., Juaneda, S. C. 2000. Tourist expenditure for mass tourism markets. *Annals of Tourism Research*, 27(3): 624–637.
2. Alavalapati, J., Adamowicz, W. 2000. Tourism Impact Modeling for Resource Extraction Regions. *Annals of Tourism Research*, 27(1):188-202.
3. Andrić, N. 1980. *Turizam i regionalni razvoj*. Informator, Zagreb
4. Archer, B., Fletcher, J. 1996. The Economic Impact of Tourism in the Seychelles, *Annals of Tourism Research*, 23(1): 32-47.
5. Bakić, O. 2009. *Marketing menadžment turističke destinacije*, Fakultet Poslovne ekonomije, Educons Univerzitet, Sremska Kamenica
6. Baretje, R. 1982. Tourism's external account and the balance of payments, *Annals of Tourism Research*, 9: 57-67.
7. Bieger, T. 2000. *Management von Destinationen und Tourismusorganisationen*. 4. Auflage. Muenchen: Oldenbourg
8. Boniface, B., Cooper, C. 2009. *World Wide destinations casebook. The geography of travel and tourism*. Butterworth-Heinemann: Oxford (second edition)
9. Buhalis, D. 2000. Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, 21(1): 97-116.
10. Butler, R.W. 1980. The concept of the tourist area life-cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1): 5-12.
11. Butler, R.W. 1990. *The resort cycle revisited—a decade of discussion*, American Geographers Conference, Toronto
12. Butler, R.W. 2006. *The Tourism Area Life Cycle, Volume 1, Applications and Modifications* Clevedon: Channel view Publications
13. Butler, R.W. 2006. *The Tourism Area Life Cycle, Volume 2, Conceptual and Theoretical Issues*. Clevedon: Channel view Publications
14. Butler, R.W. 2010. Carrying Capacity in tourism-paradox and hypocrisy. In: Pearce, D.G. and Butler, R.W. (eds) *Tourism Research: A 20-20 Vision*:53-64, Goodfellow:Oxford
15. Certeau, M. 1984. *The Practice of Everyday Life*, University of California Press, Berkeley
16. Christaller, W. 1963. Some Considerations of Tourism Location in Europe, *Paper of the Regional Science Association* 12: 95-105.
17. Cicvarić, A. 1980. *Turizam i privredni razvoj Jugoslavije*. Informator, Zagreb
18. Clarke, J. 1997. A Framework of approaches to sustainable tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 5: 224-233.
19. Clement, H.G. 1961. *The future of tourism in the Pacific and Far East: The Checchi Report* Washington, D.C.:U.S. Department of Commerce.
20. Cohen, E. 1974. Who Is a Tourist? A Conceptual Clarification, *Sociological Review*, 22(4): 527–555.
21. Cooper, C. 1995. Strategic planning for sustainable tourism: The case of the offshore islands in the UK. *Journal of Sustainable Tourism* 3(4): 191-209.
22. Cooper, C. Fletcher, J., Gillbert, A., Wanhill, D. 2005. *Tourism: Principles and Practice*, 2nd edition, Pitman Publishing, London
23. Cooper, C., Fletcher, J., Gillbert, A., Wanhill, D. 2005. *Tourism: Principles and Practice*, 3rd edition, Prentice Hall: Harlow
24. Čerović, S. 2002. *Strategijski menadžment turističke privrede Srbije*, Želnid, Beograd
25. Davidson, R., Maitland, R., 1997. *Tourism Destinations*, Hodder and Stoughton, London

26. Davidson, R., Maitland, R., 2002. *Tourism Destinations*, Hodder and Stoughton, London
27. Đorđević, D., Šušić, V., 2013. Turistički centar na Staroj planini-ekološki ili ekonomski neuspeh?, *Teme*, 1: 459-478.
28. Dabić, D., Milijić, S., Mitrović, S. 2009. *Organizacija i uređenje turističkih područja Srbije, ekspertiza Strategija prostornog razvoja Republike Srbije, studijsko-analitičke osnove*. IAUS, I faza, V. prostorno uređenje, zaštita i razvoj, održivo korišćenje resursa, sveska 18
29. Devedžić, M. 2007. Prilog izučavanju uticaja turizma na demografski razvoj, *Stanovništvo*, 2: 63-79.
30. Dwyer, L., Forsyth, P. 1997. Impacts and Benefits of MICE Tourism: a framework for analysis, *Tourism Economics* 3(1): 21-38.
31. Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., Scott, N., Cooper, C. 2008. *Megatrends Underpinning tourism to 2020*. CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd. (Dostupno na http://www.sustainabletourisonline.com/awms/Upload/Resource/bookshop/80046%20Dwyer_TourismTrends2020%20WEB.pdf)
32. Đenić, M. 1970. *Zlatibor*, Dimitrije Tucović, Titovo Užice
33. Đenić, M. 2003. *Zlatiborski turizam kroz vekove*, Turistička organizacija Zlatibor, Zlatibor
34. Đenić-Ajdanić, S. 1994. *Zlatibor iz starog albuma*, Specijalni zavod Čigota "Zlatibor", Zlatibor
35. Đenić, S. 2009. *Zlatibor: kulturna i istorijska baština od praistorije do danas*, Printmedia, Beograd
36. Ecorys SCS Group, 2009. *Study on the Competitiveness of the EU tourism industry-final report*. Rotterdam
37. Farrell, B. 1992. Tourism an Element in Sustainable Development: Hana, Maui, in V. Smith & Eadington, W. (eds.), *Tourism Alternatives Potentials and Problems in the Development of Tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 115-132.
38. Fleming, W.R., Toepper, L. 1990. Economic impacts studies: relating the positive and negative impacts to tourism development. *Journal of Travel Research* 27(1):35-42.
39. Fletcher, J.E. 1989. Input-Output Analysis and Tourism Impact Studies, *Annals of Tourism Research* 16:514-529.
40. Geogulas, N. 1970. Tourist destination features. *Journal of Town Planning Institute* 56: 442-446.
41. Gordon, I., Goodall, B. 1992. Resort Cycles and Development Process, *Built Environment* 18(1): 41-56.
42. Grupa autora, 1991. *Zlatibor*, Srpska akademija nauka i umetnosti, Beograd
43. Grupa autora, 2006. *Zbornik Turistička valorizacija Tare*, Geografski institut "Jovan Cvijić", SANU, Sportsko-turistički centar, Bajina Bašta, Beograd
44. Grupa autora, 2007. *Spomeničko nasleđe Srbije*, Republički zavod za zaštitu spomenika kulture, Beograd
45. Gunn, C. 1988. *Tourism Planning*, London: Taylor & Francis
46. Gunn, C. 1994. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, 3rd edn. London: Taylor & Francis
47. Hall, C.M. 2000. *Tourism Planing*. Prentice Hall: Harlow
48. Harrison, R. 1995. *The Collected Papers of Roger Harrison*. San Francisco: Jossey-Bass

49. Heng, T.M., Low, L. 1990. The Economic Impact of Tourism in Singapore, *Annals of Tourism Research* 17: 246-269.
50. Holloway, C. 1989. *The Business of Tourism*. London: Pitman
51. Inskip, E. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold
52. Inskip, E., Kallenberger, M. 1992. *An Integrated Approach to Resort Development*, WTO, Madrid
53. Ilić, J., Stanković, S. 2006, Geografski položaj Tare kao faktor razvoja turizma, *Turistička valorizacija planine Tare, Zbornik radova*, str. 53-56. SANU i STC Bajina Bašta, Beograd.
54. Johnson, R.L., Moore, E. 1993. Tourism Impact Estimation, *Annals of Tourism Research* 20: 279-288.
55. Kaspar, S. 1967. The Interdependence of Tourism and Transport and its Repercussions. *The Tourist Review* 4:151-152.
56. Kotler, F., Keler, K. L. 2006. *Marketing menadžment*, Data status, Beograd
57. Kripendorf, J. 1986. *Putujuće čovječanstvo-za novo poimanje slobodnog vremena i putovanja*, SN "Liber", Zavod za istraživanje turizma, Zagreb
58. Krnić, N., Milijić, S., Đurđević, J. 2010. Razvoj planinskog turizma u Srbiji i zemljama u okruženju, *Arhitektura i urbanizam*, br. 29: 3-9.
59. Knjige popisa 2002, br. 6 i 8, Republički zavod za statistiku
60. Knjige popisa 2011, br. 2, 3, 9 i 20, Republički zavod za statistiku
61. Laws, E. 1995. *Tourist Destination Management: Issues, Analysis and Policies*, Routledge, London
62. Leiper, N. 2004. *Tourism Management*, 3rd edition, Pearson Education, Australia
63. Levitt, T. 1965. Exploit the product life cycle. *Harvard Business Review* 43:81-94.
64. Lumsdon, L. 1997. *Tourism Marketing*, Van Nostrand Reinhold, New York
65. Lundberg, D. 1976. *The tourist business*. Boston: Cahners Books
66. Manente, M., Minghetti, V. 2006. Destination management organisations and actors. Buhalis D. and Costa C. (editors), *Tourism Business Frontiers*, Elsevier, 228-237.
67. Marković, Z. 1995. *Reka Đetinja-makrozoobentos u oceni kvaliteta vode*. Beograd: Ministarstvo za zaštitu životne sredine Republike Srbije, Užice: Naučnoistraživački centar
68. Martinović, J., Nikolić, P., Miletić, V. 1995. Klimatsko-zdravstvene vrednosti planine Tare, Kulturni centar Miloš Trebinjac i Radio Bajina Bašta, Bajina Bašta, *Baština*, knjiga 2, str. 21-63.
69. *Master plan razvoja turizma sa poslovnim planom za planinu Taru i njeno okruženje*, 2007. Horwat consulting, Zagreb
70. *Master plan razvoja turizma na Goliji*, 2007. Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja Republike Srbije
71. *Master plan za turističku destinaciju Kopaonik*, 2009. Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja Republike Srbije
72. Mathieson, A., Wall, G. 1982. *Tourism: Economic Physical and Social Impacts*, Longman, Harlow, UK
73. Matović, B. 2005. *Normalno stanje u smrčevo-jelovim šumama: ciljevi i problemi gazdovanja na Zlataru*, magistarski rad, Beograd
74. McKercher, B. 1993. Some fundamental truths about tourists: understanding tourism's social and environmental impacts, *Journal of Sustainable Tourism* 1:6-16.
75. *Meteorološki godišnjaci* 2009. 2011. dostupno na http://www.hidmet.gov.rs/ciril/meteorologija/klimatologija_godisnjaci.php

76. Miossec, J. 1976. *Elements Pour une Theorie de l'Espace Touristique*. Aix-en-Provence: Chet
77. Milenković S. 2007. Svetski turizam u budućnosti, *Turizam*, V(11):14-16.
78. Mill, R.C., Morrison, A.M. 1992. *The Tourism System: An Introductory Text*, 2nd ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs
79. Mill, R.C., Morrison, A.M. 2002. *The Tourism System*, 4th ed. Kendall: Hunt
80. Mitrović, Lj. 2007. Turizam kao faktor razvoja, regionalne saradnje i kulture mira na Balkanu, *Ekonomika*, vol.53 (3/4): 27-32.
81. Murphy, P., Pritchard, M. P., Smith, B. 2000. The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21 (1): 43-52.
82. Narayan, P. K. 2004. Economic Impact of Tourism on Fiji's Economy: Empirical Evidence from the Computable General Equilibrium Model. *Tourism Economics* 10(4): 419-433.
83. Nedo, Tourism Society, 1992. *Marketing in the UK Holiday in the UK*, Tourism Society, London
84. Obradović, D., Pavlović, S. 2006. Klimatsko lečilište Zlatar: prirodni potencijali za razvoj turizma, *Konferencija Prirodni resursi-osnova turizma: sa međunarodnim učešćem*, Ecologica, Beograd, str. 187-194.
85. *Odbrana*, 2006. broj 21, "Predeo lepote i mira", str. 76-77.
86. Opperman, M., Chon, K-S. 1997. *Tourism in Developing Countries*. International Thomson Business Press. London
87. *Opštine i regioni u Srbiji*, Republički zavod za statistiku, Beograd
88. Orlović, V., Ostojić, D. (eds.) 2001. *Otkrivanje Tare*, Zavod za zaštitu prirode Srbije, Beograd
89. Pearce, D. 1989. *Tourism Development*. London: Harlow
90. *Plan razvoja turizma na Staroj planini*, 2007. Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja Republike Srbije
91. Plog, S. 1974. Why destination areas rise and fall in popularity? *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4): 55-58.
92. Poon, A. 1993. *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wallingford: CAB International
93. Politika, 2015. (18. april) *Varošizacija najlepših predela Srbije*, Mitrović Mihajlo, Kulturni dodatak, str. 7.
94. Popović, M. 1995. *Užički grad*, Istorijski arhiv, Užice
95. Popesku, J. 2008. *Menadžment turističke destinacije*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Univerzitet Singidunum, Beograd
96. *Poslovni (Master) plan turističke destinacije Zlatibor-Zlatar*, 2007. Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd
97. *Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori*, 2005. Međunarodni institut za turizam, Ljubljana
98. *Predlog modela optimalnog upravljanja turizmom sa organizacionom strukturom turističke regije Zapadna Srbija*, 2012. Horwath Consulting, Zagreb (dostupno na http://www.rrazlatibor.co.rs/psd/publikacije/predlog_modela.pdf)
99. Prosser, G. 1995. Tourist Destination Life Cycles: Progress, Problems and Prospects. In Shaw, R.N. *Proceedings of the National Tourism and Hospitality Conference 1995*. Melbourne: Council for Australian University Tourism and Hospitality Edition: 318-28
100. *Prostorni plan područja posebne namene NP Tara* (Službeni glasnik RS, br.100/10)
101. *Prostorni plan područja posebne namene specijalnog rezervata prirode "Uvac"* (Službeni glasnik RS, br.83/10)

102. Radosavljević, G. 2006. Uticaj državne politike na razvoj turizma, *Ekonomске teme* 1/2: 103-110.
103. Ranisavljević, M. 2011. Pozicioniranje VU "Tara" na planini Tari u turističkoj ponudi Srbije, *Globus* 36: 147-158.
104. *Regionalni prostorni plan za područje Zlatiborskog i Moravičkog upravnog okruga*, 2012. Ministarstvo životne sredine, rudarstva i prostornog planiranja Republike Srbije
105. Ritchie, B., Crouch, G. I. 2003. *The Competitive Destination, A Sustainable Tourism Perspective*, Trowbridge: Cromwell Press
106. Romelić, J., Ćurčić, N. 2001. *Turistička geografija Jugoslavije*. Novi Sad: Prirodno-matematički fakultet, Institut za geografiju
107. Rosić, R. 1991. Seoski zanati i delatnosti na Zlatiboru u prošlosti i danas, *Užički zbornik: prilozi za političku, kulturnu i ekonomsku istoriju Titovog Užica i okoline*, Istorijski arhiv, Narodni muzej, Titovo Užice, br.20, str. 231-252.
108. *Saopštenja-Turistički promet po mesecima*, Republički zavod za statistiku, Beograd
109. *Socio-ekonomska analiza Zlatiborskog okruga*, 2010. Regionalna razvojna agencija Zlatibor, Užice
110. Smeral, E., Weber, A. 2000. Forecasting international tourism trends to 2010. *Annals of Tourism Research* 27(4): 982-1006.
111. Spasojević, M. 2006. *Lokalni i globalni negativni uticaji turizma na životnu sredinu*, Zbornik radova XIV Naučnog skupa Čovek i životna sredina, Ekonomski aspekti zaštite radne i životne sredine, Fakultet zaštite na radu, Niš, str. 191-197.
112. Stanković, M.S. 1980. Planinski turizam Jugoslavije, *Turizmologija, Zbornik stručnih i naučnih radova*, knj. 11, str. 15-30, Beograd: Viša turistička škola
113. Stanković M.S. 2000. Geografska istraživanja prostora-osnova savremenog turizma, *Turizam*, IV: 5-8.
114. Stanković, M.S. 2000. *Jezera Srbije-limnološka monografija*, Srpsko geografsko društvo, Beograd
115. Stanković, M.S. 2002. Potencijali planina u funkciji turizma, *Glasnik Srpskog geografskog društva*, 82(2): 67-86.
116. Stanković, M.S., Ćirković, S. 2002. Neke osobenosti prometa turista na Zlatiboru. *Glasnik Srpskog geografskog društva*, 82(1): 31-44.
117. Stanovništvo, Uperedni broj stanovnika 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002 i 2011. Republički zavod za statistiku
118. Stanovništvo, Dnevni migranti podaci po opštinama. 2004. *Knjiga popisa 13*, Republički zavod za statistiku, Beograd
119. Statistički godišnjaci, Savezni zavod za statistiku, Republički zavod za statistiku, Beograd
120. Stopić, M. 2001. *Etnoselo-kulturna vrednost Srbije*, Zadužbina Andrejević, Beograd
121. *Strategija lokalnog ekonomskog razvoja opštine Čajetina*, 2006. Turistička organizacija Zlatibora, Opština Čajetina (Dostupno na <http://www.cajetina.org.rs/sites/default/files/Strategijalokalnogekonomskograzvoja.pdf>)
122. *Strategija održivog razvoja Opštine Nova Varoš 2010.-2020.*, 2009. Opština Nova Varoš
123. *Strateški i operativni plan turizma destinacije Zlatibor-Zlatar*, 2013. Regionalna razvojna agencija Zlatibor, Užice
124. *Strateški plan lokalnog ekonomskog razvoja opštine Užice 2005-2010.*, 2005. Opština Užice

125. *Strategija razvoja turizma Republike Srbije 2005.-2015.*, 2006. Službeni glasnik RS, 91/2006.
126. *Strategija razvoja turizma Republike Srbije, Prvi fazni izveštaj*, 2005. Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije
127. *Strategija regionalnog razvoja Republike Srbije 2007.-2012.*, 2007. (Dostupno na <http://www.gs.gov.rs/lat/strategije-vs.html>)
128. *Strategija socio-ekonomskog razvoja Zlatiborske oblasti 2011.-2015.*, 2010. Republička razvojna agencija Zlatibor, Užice
129. *Stavovi turista u Zlatiborskom okrugu*, 2010. Ipsos Strategic Marketing, RRA Zlatibor
130. *Studija opravdanosti proglašenja turističkog područja Divčibare*, 2011. Nacionalna turistička razvojna korporacija Srbija
131. Todorović, B. 2014. Interventionism in tourism: encouraging or limitation of development, *Contemporary trends and prospects of economic recovery*, CEMAFI International, Nice, France, str. 294-306.
132. Turistička organizacija Srbije, 2013. *Bilten br.44: Turistička ponuda za letnju sezonu 2013.*
133. Unković, S. 2001. *Ekonomika turizma*, Savremena administracija, Beograd
134. Unković, S. 2009. Međunarodni turizam u uslovima ekonomske krize s posebnim osvrtom na jugoistočnu Evropu, *Singidunum revija*, vol.6 (1):112-121.
135. UNWTO, 1998. *Tourism 2020 Vision*, Volume 4, Madrid, (Dostupno na <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1152/1152-1.pdf>)
136. UNWTO 2007. *A Practical Guide to Destination Management*, UNWTO, Madrid
137. UNWTO 1999. *National and Regional Tourism Planning*, International Thomson Business Press, London
138. Uredba o zaštiti predela izuzetnih odlika "Šargan-Mokra Gora" (Sl. glasnik RS br. 52/05 i 105/05)
139. Uredba o utvrđivanju jedinstvene liste razvijenosti regiona i jedinica lokalne samouprave za 2014. godinu (Sl. glasnik RS br. 102/2014)
140. Uskoković, B. 1988. *Turizam Crne Gore. Evolutivne i perspektivne promjene*. Univerzitetaska Riječ, Nikšić
141. *Uticaj turizma na kulturu sela Mokra Gora*, 2010. Izveštaj o radu, Zavod za proučavanje kulturnog turizma, Republika Srbija
142. Vujović, S. 2008. *Materijalna osnova turizma-stvaranje materijalne osnove nove turističke destinacije*, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd
143. Weaver, D. 1988. The Evolution of a 'Plantation' Tourism Landscape on the Caribbean Island of Antigua. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 79: 319-31.
144. Wilkinson, P. F. 1997. *Tourism Policy and Planning: Case Studies from Commonwealth Caribbean*. New York: Cognizant
145. Witt, S., Song, H., Wanhill, S. 2004. Forecasting tourism-generated employment: the case of Denmark. *Tourism Econ* 10(2): 167-176.
146. Wood, E.M. 2002. *Ecotourism: Principles, Practices and Policies for Sustainability*, UNEP publication, Paris
147. World Tourism Organization 1993. *Sustainable Tourism Development: A Guide for Local Planners*. Madrid
148. World Tourism Organization 2004. *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid
149. World Tourism Organization, 2009. *Handbook on Tourism Destination Branding*, Madrid, Spain (Dostupno na

file:///C:/Documents%20and%20Settings/korisnik/My%20Documents/Downloads/1209_attachment_07_destination_branding_etc_members.pdf

150. Zakon o banjama (Sl. glasnik RS, br. 107/2005)

Интернет адресе

- www.bajinabasta.com(датум приступа 08.07.2012)
- www.bibliotekauzice.co.rs(датум приступа 12.06.2013)
- www.cigota.co.rs (датум приступа 16.04.2012)
- www.citidex.com(датум приступа 09.05.2013)
- <http://www.cdlbgd.rs/odmaralista/>(датум приступа 07.05.2014)
- <http://destination.unwto.org/event/5th-world-congress-snow-and-mountain-tourism/>(датум приступа 10.10.2014)
- <http://dir.yahoo.com/regional/countires>(датум приступа 08.03.2012)
- <http://www.encarta.msn.com>(датум приступа 20.03.2012)
- www.galerijauzice.org(датум приступа 08.06.2012)
- www.gradpozega.com (датум приступа 07.04.2013)
- <http://www.graduzice.org/userfiles/files/narodneumotvorine.pdf>(датум приступа 29.04.2013)
- www.hotellim.co.rs(датум приступа 08.03.2012)
- <http://www.nptara.rs/onama/projekti>(датум приступа 18.03.2013)
- www.hotelolimp.com(датум приступа 07.01.2014)
- www.hotel-president.biz(датум приступа 15.01.2014)
- www.hoteli-srbije.co.rs/planine/zlatibor (датум приступа 28.01.2014)
- www.hotelitara.com (датум приступа 26.12.2013)
- www.jugopetrol.co.rs(датум приступа 18.11.2013)
- www.monazlatibor.com(датум приступа 07.11.2013)
- www.mecavnik.info(датум приступа 18.11.2013)
- www.merr.gov.rs(датум приступа 20.03.2013)
- www.muzej.uzice.net(датум приступа 27.10.2013)
- www.novavaros.com(датум приступа 24.10.2013)
- <http://nkns.rs/2012/06/usvojena-lista-nkn/>(датум приступа 29.10.2014)
- www.nps.gov(датум приступа 17.05.2013)
- www.palisad.rs (датум приступа 21.04.2013)
- <http://www.parkprirodemokragoga.org/>(датум приступа 16.07.2013)
- <http://www.politika.rs/>(датум приступа 19.09.2013)
- www.prijepolje.org(датум приступа 11.10.2013)
- <http://www.rapp.gov.rs/sr-latn-cs/regionalni-prostorni-planovi/cid309-83232/regionalni-prostorni-plan-za-podrucje-zlatiborskog-i-moravickog-okruga/>(датум приступа 03.04.2014)
- www.recreatours.co.rs/zlatar(датум приступа 05.01.2014)
- <http://www.rrazlatibor.co.rs/>(датум приступа 23.11.2013)
- www.rpk-uzice.co.rs(датум приступа 15.03.2012)
- <http://www.skijanje.rs/ski-centri/srbija/>(датум приступа 01.06.2014)
- <http://www.slideshare.net/geographyalltheway/ib-geography-globalization>(датум приступа 29.03.2012)
- <http://snowmountain.unwto.org/>(датум приступа 03.08.2014)
- http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/manente_eng_0.pdf (датум приступа 17.08.2015)
- <http://www.srbija.travel/kalendar-dogadjaja/>(датум приступа 16.07.2013)

- www.sarganskaosmica.com(датум приступа 30.03.2014)
- www.teatar-ue.co.rs(датум приступа 27.09.2012)
- <http://www.trenutnatemperatura.com/temperatura-zlatibor>(датум приступа 24.09.2013)
- <http://travel.yahoo.com/destinations>(датум приступа 01.09.2013)
- www.thestar.com (датум приступа 03.01.2014)
- www.turistvodic.info (датум приступа 27.08.2013)
- www.turizamprijepolje.org.rs(датум приступа 14.08.2013)
- <http://www.turizam.privreda.gov.rs/index.php/sr/2010-02-11-19-39-09/2010-03-04-09-49-51/2010-06-25-10-04-58>(датум приступа 05.02.2014)
- www.uzice.org.rs (датум приступа 07.07.2013)
- <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/userFiles/file/Nacionalni/Methodologije/Satelitskiracunturizma.pdf>(датум приступа 21.09.2014)
- www.wttc.org (датум приступа 11.06.2015)
- www.zapadnasrbija.org(датум приступа 11.05.2013)
- www.zlakusa.com(датум приступа 21.04.2012)
- www.zlatar.org.rs(датум приступа 17.03.2013)
- www.zlatibor.org/hoteli(датум приступа 08.03.2013)
- <http://www.westserbia.org/>(датум приступа 14.02.2013)
- www.uneptie.org(датум приступа 07.02.2012)
- www.unwto.org(датум приступа 02.01.2012)
- www.uzice.org.rs/uvac(датум приступа 18.08.2013)

ПРИЛОГ 1

Списак табела

- Табела 1: Типологија туристичких дестинација према D. Pearce
Табела 2: Концепти туристичке дестинације према E. Lawsu
Табела 3: Посећеност планина и број ски-лифтова у свету
Табела 4: Туристички промет и број ски лифтова на планинским дестинација у Србији у 2011. години
Табела 5: Календар манифестација у Златиборском округу за 2013. годину
Табела 6: Смештајни капацитети на Златибору, Златару, Тари и Мокрој Гори
Табела 7: Преглед категорисаних угоститељских објеката у 2013. и 2014. години
Табела 8: Искоришћеност смештајних капацитета на Златибору (%)
Табела 9: Карактеристике одмора, кружних путовања, посебних интересовања и догађаја/културе
Табела 10: Карактеристике пословни/MICE, гастрономије, сеоског, спортског туризма и наутике
Табела 11: SWOT анализа Златибор
Табела 12: SWOT анализа Тара
Табела 13: SWOT анализа Златар
Табела 14: SWOT анализа Мокра Гора
Табела 15: Кретање туристичке посећености Златибора 1955.-1989. године
Табела 16: Кретање туристичке посећености Златибора 1990.-2013. године
Табела 17: Посећеност Златибора по месецима и просечна посећеност
Табела 18: Просечна дужина боравка домаћих гостију на Златибору
Табела 19: Просечна дужина боравка страних гостију на Златибору
Табела 20: Кретање туристичке посећености Таре 1966.-1989. године
Табела 21: Кретање туристичке посећености Таре 1990.-2013. године
Табела 22: Посећеност Таре по месецима и просечна посећеност
Табела 23: Кретање туристичке посећености Златара 1971.-1989. године
Табела 24: Кретање туристичке посећености Златара 1990.-2013. године
Табела 25: Посећеност Златара по месецима и просечна посећеност
Табела 26: Кретање туристичке посећености Мокре Горе од 2007.-2013. године
Табела 27: Учешће планинских дестинација (%) у посећености Златиборског округа
Табела 28: Стопе раста посећености по категоријама туристичке посећености
Табела 29: Учешће општина у посећености Златиборског округа
Табела 30: Варијабле за оцену фазе животног циклуса туристичке дестинације
Табела 32: Просечна стопа раста по категоријама туристичке посећености
Табела 33: Одређивање фазе животног циклуса на основу просечне стопе раста туристичке посећености
Табела 34: Учешће туризма у БДП
Табела 35: Општине у Златиборском округу према степену развијености у 2014. години
Табела 36: Приходи од туризма у спољнотрговинској размени Златиборског округа
Табела 37: Кретање броја становника по пописима у општинама Златиборског округа
Табела 38: Број становника у насељима која су везана за планинске дестинације
Табела 39: Старосна структура насеља (попис 2011)
Табела 40: Образовна структура по општинама Златиборског округа (%)

Табела 41: Однос аутохтоног и миграционог становништва на планинским дестинацијама

Табела 42: Дневне миграције становништва које обавља занимање према типу делатности

Табела 43: Запосленост према секторима делатности у % у одабраним насељима

Табела 44: Просечна нето зарада у општинама Златиборског округа

Табела 45: Просечне нето зараде по делатностима у Златиборском округу

Списак графика

График 1: Посећеност најзначајнијих светских регија до 2020. године

График 2: Животни циклус туризма

График 3: Посећеност Златибора по месецима

График 4: Посећеност Таре по месецима

График 5: Посећеност Златара по месецима

График 6: Растуће учешће страних туриста у посећености Мокре Горе

График 7: Учешће планинских дестинација у посећености Златиборског округа

График 8: Учешће планинских дестинација у доласцима и ноћењима туриста у Златиборски округ

График 9: Стопе раста посећености по категоријама туристичке посећености

График 10: Батлеров модел животног циклуса туристичке дестинације

График 11: Кретање туристичке посећености Златибора

График 12: Стопе раста туристичке посећености Златара

График 13: Стопе раста туристичке посећености Таре

График 14: Стопе раста туристичке посећености Мокре Горе

График 15: Старосна пирамида насеља са повољнијом и неповољнијом старосном структуром

График 16: Однос промена у броју становника и запослености

График 17: Линија тренда и коефицијент нагиба односа броја становника и запослености

График 18: Користи од развоја туризма

График 20: Штете које узрокује развој туризма

График 21: Разлози због којих се борави на планини

График 22: Начини прикупљања информација о планинама

График 23: Главни недостаци планина

Списак карата

Карта 1: Просторни план Златиборског округа

ПРИЛОГ 2

Скраћенице коришћене у тексту

Скраћеница	Значење
БДП	Бруто домаћи производ
ВУ	Војна установа
Gwh	гигават
ГИС	Географски информациони систем
др.	други
ЕУ	Европска Унија
\$	долар
е	еуро
ИВА	Important Bird Area
°C	Целзијусови степени
км	километар
км ²	километар квадратни
м	метар
м ²	метар квадратни
мм	милиметар
mw	мега ват
НОР	Народни ослободилачки рат
НОВ	Народно ослободилачка војска
НП	Национални парк
NW-SE	северозапад-југоисток
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
ПТТ	Поштанско телеграфски и телефонски
%	Процент
РХ	Рехабилитациони
РС	Република Србија
САД	Сједињене Америчке Државе
SW-NE	Југозапад-североисток
СЗ-ЈИ	Северозапад-југоисток
сл	слично

СРЈ	Савезна Република Југославија
СФРЈ	Социјалистичка Федеративна Република Југославија
см	центиметар
СТЦ	Спортско-туристички центар
тзв	такозвани
ТО	Туристичка организација
УН	Уједињене нације
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
ха	Хектар
WTO	World Tourism Organization
WTTC	World Travel and Tourism Council

ПРИЛОГ 3

Прилог 3.1.

УПИТНИК

За директоре ТО-а

ПРИРОДНА ДОБРА, БОГАТСТВА И ВРЕДНОСТИ

1. Шта су по Вама природне реткости и вредности Златибора/Златара/Таре/Мокре Горе?

(у одговарајуће поље уписати бројеве 1,2,3...према редоследу којим их испитаник наводи. Испитаник може да наведе само један одговор. Испитаник даје одговор само за планину чију ТО води.)

		П1.
шифра	Вредности	Редослед
1.1	Нетакнута природа	
1.2	Чист ваздух	
1.3	Ретке животињске врсте	
1.4	Птице	
1.5	Шуме	
1.6	Залихе воде	
1.7	Уређеност простора	
1.8	Здрава храна	
1.9	Еколошки туризам	
1.10	Додатни садржаји	
1.11	Остало (навести)	

2. Да ли развој туризма прави штету за природна добра, богатства и вредности?
(Заокружити један одговор)

		П2.
Да		1
Не		2

3. Уколико постоји нека штета наведите колико она износи годишње?
(Заокружити један одговор)

		П3.
До 5.000 динара		1
Од 5.000 до 10.000 динара		2
Од 10.000 до 20.000 динара		3
Преко 20.000 динара		4
Без одговора		5

4. Наведите врсту штете коју проузрокује развој туризма?
(Заокружити један одговор)

		П4.
Загађеност		1
Плављење земљишта		2
Штету коју праве дивље животиње		3
Бука		4
Високе цене		5
Без одговора		6

5. Наведите користи које општина има од развоја туризма?
(Могуће је заокружити више одговора)

	П5.
Резерве воде	1
Чист ваздух	2
Шумски појас	3
Досељавање становика	4
Развој сеоског екотуризма	5
Бољи услови живота	6
Без одговора	7

II. ПОСЕТА ПЛАНИНА

6. Према Вашем мишљењу до потребних информација о планини туристи долазе помоћу:
(Могуће је заокружити више одговора)

	П6.
Туристичке агенције	1
Интернета	2
Туристичке организације	3
Сајма туризма	4
Искуства из претходне посете	5
Препоруке пријатеља	6
Остало (навести)	7

7. Да ли одржавање неке манифестације утиче на одлуку о посети планине?
(Заокружи један одговор)

	П7.
Да	1
Не	2
Без одговора	3

8. Најзначајније манифестације су:
(Могуће је заокружити више одговора)

	П8.
Пршутујада	1
Дочек Нове године на Златибору	2
Сабор трубача	3
Кустенорф	4
Сиријада	5
Дринска регата	6
Остало (навести)	7
Не знам	8

9. Највећи број манифестација нуди:
(Могуће је заокружити више одговора)

	П9.
Разоноду, забаву	1
Културу	2

Спорт	3
Уметност	4
Остало (навести)	5
Не знам	6

10. Да ли су дешавања из области креативне културе и економије важна за развој туризма:

(Заокружи један одговор)

	П10.
Да	1
Не	2
Не знам	3

11. Оцените значај сајмова за даљи развој и промоцију планине:

(Заокружи један одговор)

	П11.
Веома значајан	1
Значајан	2
У мањој мери значајан	3
Безначајан	4
Не знам	5

12. Препознатљиви производи планинских дестинација су: (набројте 3 производа)

III. ЗАШТИТА ПРИРОДЕ И БИОДИВЕРЗИТЕТА

13. Када бисте били у могућности да промените намену заштићених подручја да ли бисте их претворили у рибњаке, пољопривредно земљиште и развили туризам?

(Заокружити један одговор)

	П12.
Да	1
Не	2

14. Када би био расписан референдум да се одрже природна добра у постојећем степену заштите, гласали бисте?

(Заокружити један одговор)

	П13.
За промену постојећег стања	1
Против промена	2

15. По Вашем мишљењу да ли држава треба да финансира трошкове одржавања заштићених подручја?

(Заокружити један одговор)

	П14.
Да	1
Не	2

16. Колико треба да буду високе казне за уништавање природних вредности односно добара?

(Заокружити један одговор)

	П15.
Најмање у износу трошкова да се изврши обнављање уништеног добра	1

Два пута више него што су трошкови да се обнови добро	2
Десет пута више од трошка обнављања добра	3
Не треба да постоји казна	4
Остало (навести)	5

17. По Вашем мишљењу како управља/газдује заштићеним природним добром предузеће односно овлашћено лице?

(Заокружити један одговор)

	П16.
Добро	1
Лоше	2
Без одговора	3

18. Да ли треба приватизовати/продати Увац, Мокру Гору или НП "Тару"?

(Заокружити један одговор)

	П17.
Да	1
Не	2
Без одговора	3

Уколико је одговор из овог питања Да или Не кратко образложите став заокруживањем наведених аргумената:

	П17.1
Природно добро није на продају	1
Превише посетилаца, долази до загађења	2
Треба да припада локалном становништву	3
Приватник би узео сву корист за себе	4
Ако се приватизује становништво не може да ради	5
Не треба све да буде приватизовано	6
Држава боље управља него приватник	7
Нема одговора	8

19. Шта по Вашем мишљењу треба урадити са нелегално (дивље) изграђеним објектима?

(Заокружити један одговор)

	П18.
Треба их срушити	1
Треба их легализовати уз обавезу да испуне еколошке стандарде	2
Нешто друго	3
Без одговора	4

ВАША ЗАПАЖАЊА, ПРИМЕДБЕ, ПРЕПОРУКЕ И СУГЕСТИЈЕ

Прилог 3.2.

УПИТНИК

За посетиоце

I ПОДАЦИ О ИСПИТАНИКУ

1. Пол _____
2. Године _____
3. Школска спрема _____

II БОРАВАК НА ПЛАНИНИ

4. Број чланова домаћинства са којима борави на планини
(Заокружи један одговор)

	П5.
Сам	1
Два	2
Три	3
Четири	4
Пет	5
Више од пет	6

5. Врста смештаја
(Заокружи један одговор)

	П6.
Хотели	1
Пансион-гостинска кућа	2
Најам собе	3

6. Колико пута сте до сада боравили на овој планини?
(Заокружи један одговор)

	П7.
Ово је први пут	1
Од 2 до 4 пута	2
Више од 4 пута	3

7. Шта Вас је подстакло да посетите ову планину?
(у одговарајуће поље уписати бројеве 1,2,3...према редоследу којим их испитаник наводи. Испитаник може да наведе само један одговор)

		П8.
шифра	Вредности	Редослед
8.1	Нетакнута природа	1
8.2	Чист ваздух	2
8.3	Ретке животињске врсте	3

8.4	Птице	4
8.5	Шуме	5
8.6	Залихе воде	6
8.7	Уређеност простора	7
8.8	Здрава храна	8
8.9	Еколошки туризам	9
8.10	Додатни садржаји	10
8.11	Здравствени разлози	11
8.12	Квалитетна услуга	12
8.13	Пристапачне цене	13
8.14	Остало (навести)	14

8. До потребних информација о планини дошли сте помоћу:
(Могуће је заокружити више одговора)

	П9.
Туристичке агенције	1
Интернета	2
Туристичке организације	3
Сајма туризма	4
Искуства из претходне посете	5
Препоруке пријатеља	6
Остало (навести)	7

9. Да ли је одржавање неке манифестације утицало на Вашу одлуку да посетите планину?
(Заокружи један одговор)

	П10.
Да	1
Не	2
Без одговора	3

Ако је одговор Да, навести назив манифестације _____

10. Колико дана планирате да боравите на планини?
(Заокружи један одговор)

	П13.
До 3 дана	1
Од 3-5 дана	2
Преко 5 дана	3
Не знам	4

11. Да ли сте упознати са понудом организованих излета до околних планина?
(Заокружи један одговор)

	П14.
Да	1
Не	2

12. Колико новца сте спремни да одвојите за организоване излете?
(Заокружи један одговор)

	П15.
Не више од 1.000 динара	1
Од 1.000-2.000 динара	2
Више од 2.000 динара	3
Не знам	4

13. Шта планирате да посетите?

(Могуће је заокружити више одговора)

	П16.
Дрвенград	1
Сирогојно	2
Тару	3
Златибор	4
Остало (навести)	5
Не знам	6

III. ЗАШТИТА ПРИРОДЕ И БИОДИВЕРЗИТЕТА

14. Колико треба да буду високе казне за уништавање природних вредности односно добара?

(Заокружити један одговор)

	П19.
Најмање у износу трошкова да се изврши обнављање уништеног добра	1
Два пута више него што су трошкови да се обнови добро	2
Десет пута више од трошка обнављања добра	3
Не треба да постоји казна	4
Остало (навести)	5

15. Оцените понуду планине

(Заокружи један одговор)

	П21.
незадовољавајућа	1
задовољавајућа	2
добра	3
врло добра	4
одлична	5

16. Који су главни недостаци планине на којој боравите?

(Могуће је заокружити више одговора)

	П22.
Лош смештај	
Високе цене	
Бука, гужва	
Недовољно продавница	
Недовољно културних/забавних садржаја	
Недовољно садржаја за децу	
Остало (навести)	

ВАША ЗАПАЖАЊА, ПРИМЕДБЕ, ПРЕПОРУКЕ И СУГЕСТИЈЕ:

Прилог 3.3.

УПИТНИК

За представниа локалне самоуправе

1. На који начин се управља туризмом Западне Србије?

2. Ко су носиоци пројеката из области туризма?

3. Колико износе годишњи буџети Туристичких организација?

(у одговарајуће поље упишите износ буџета за сваку планину)

	Златибор	Златар	Тара	Мокра Гора
Од 50.000-100.000е				
Од 100.000-200.000е				
Преко 200.000е				

4.Издвајање за маркетинг и промоцију од планираног износа буџета је (у%):

	Златибор	Златар	Тара	Мокра Гора
Испод 15%				
Од 15% до 35%				
Преко 35%				

5.У Туристичким организацијама је запослен специјализован кадар за различите секторе туризма. (заокружи један одговор)

	П5.
Да	1
Не	2
Без одговора	3

6.Да ли се користе бесповратна средства и донације за подстицај развоја туризма?

(заокружи један одговор)

	П6.
Да	1
Не	2
Без одговора	3

7.Наведите пројекте који су реализовани у области туризма.

8.Наведите пројекте који ће бити реализовани у области туризма.

ВАША ЗАПАЖАЊА, ПРИМЕДБЕ, ПРЕПОРУКЕ И СУГЕСТИЈЕ:

ПРИЛОГ 4

Утицај демографских промена на кретање запослености

SUMMARY OUTPUT								
Regression Statistics								
Multiple R	0,890636							
R Square	0,793233							
Adjusted R Square	0,68985							
Standard Error	3046,11							
Observations	4							
ANOVA								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>			
Regression	1	71193682,04	71193682	7,672737	0,109363544			
Residual	2	18557570,71	9278785					
Total	3	89751252,75						
	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	-130024	56361,46644	-2,30697	0,147442	-372528,1608	112479,5	-372528,16	112479,4741
X Variable 1	1,933095	0,697875488	2,769971	0,109364	-1,069621274	4,93581	-1,0696213	4,935810477
SUMMARY OUTPUT								
Regression Statistics								
Multiple R	0,967972213							
R Square	0,936970204							
Adjusted R Square	0,905455306							
Standard Error	711,3042563							
Observations	4							
ANOVA								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>			
Regression	1	15042523,26	15042523	29,731025	0,032027787			
Residual	2	1011907,49	505953,7					
Total	3	16054430,75						
	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	14113,79143	971,0679347	14,5343	0,0047005	9935,623333	18291,96	9935,623	18291,95953
X Variable 1	1,223481144	0,224384236	5,452616	0,0320278	0,258033699	2,188929	0,258034	2,188928588
SUMMARY OUTPUT								
Regression Statistics								
Multiple R	0,7919799							
R Square	0,62723216							
Adjusted R Square	0,44084825							
Standard Error	416,991811							
Observations	4							
ANOVA								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>			
Regression	1	585160,4092	585160,4	3,365269757	0,208020099			
Residual	2	347764,3408	173882,2					
Total	3	932924,75						
	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	11844,4988	1928,888838	6,140581	0,025510022	3545,159987	20143,8376	3545,15999	20143,83763
X Variable 1	0,87506249	0,477011802	1,834467	0,208020099	-1,177353647	2,92747862	-1,1773536	2,927478617
SUMMARY OUTPUT								
Regression Statistics								
Multiple R	0,967972213							
R Square	0,936970204							
Adjusted R Square	0,905455306							
Standard Error	562,7571444							
Observations	4							
ANOVA								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>			
Regression	1	9415684,793	9415684,793	29,73102464	0,032028			
Residual	2	633391,2071	316695,6036					
Total	3	10049076						
	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	-10554,84747	2689,046609	-3,925126263	0,059201849	-22124,9	1015,186266	-22124,8812	1015,186
X Variable 1	0,765823167	0,140450588	5,452616311	0,032027787	0,161513	1,370133273	0,161513061	1,370133

БИОГРАФИЈА

Бранкица Тодоровић је рођена 24.09.1977. године у Ужицу. Основну и средњу Економску школу завршила у Ужицу. Дипломирала на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу 2003. године на смеру Финансије и рачуноводство и стекла звање дипломирани економиста.

Магистрирала на Факултету за трговину и банкарство у Београду, смер Рачуноводство и ревизија, и стекла звање магистар економских наука.

Запослена у Економској школи у Ужицу као професор економске групе предмета од 2004. године. Положила 2006. године стручни испит-лиценцу за рад у средњој школи. Предаје више економских предмета у различитим образовним профилима.

Била је ментор ученицима у припремама за такмичење из више економских предмета на којима су остварени одлични резултати.

Похађала већи број семинара везаних за активно-орјентисану наставу, оцењивање и инклузивну наставу.

Лична интересовања везана за статистику.

Члан је Виктимолошког друштва Србије.



