



УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ
ФАКУЛТЕТ ЗА ХОТЕЛИЈЕРСТВО И ТУРИЗАМ
У ВРЊАЧКОЈ БАЊИ

Наташа С. Ђорђевић

**УТИЦАЈИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА НА
КВАЛИТЕТ ЖИВОТА ЛОКАЛНОГ
СТАНОВНИШТВА: СТУДИЈА СЛУЧАЈА
ВРЊАЧКЕ БАЊЕ**

Докторска дисертација

Врњачка Бања, 2023.



UNIVERSITY OF KRAGUJEVAC
FACULTY OF HOTEL MANAGEMENT AND TOURISM IN
VRNJAČKA BANJA

Nataša S. Đorđević

**IMPACTS OF TOURISM DEVELOPMENT
ON THE QUALITY OF LIFE OF THE
LOCAL POPULATION: A CASE STUDY OF
VRNJAČKA BANJA**

Doctoral Dissertation

Vrnjačka Banja, 2023.

Идентификациона страница докторске дисертације

Аутор
Име и презиме: Наташа Ђорђевић
Датум и место рођења: 11.10.1991.
Садашње запослење: асистент, Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи
Докторска дисертација
Наслов: Утицаји развоја туризма на квалитет живота локалног становништва: Студија случаја Врњачке Бање
Број страница: x + 256
Број слика: 14; Број табела: 59; Број графикона: 3
Број библиографских података: 743
Установа и место где је рад израђен: Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи
Научна област (УДК): 338.483:314(497.11 Врњачка Бања)
Ментор: др Снежана Милићевић , редовни професор Факултета за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Пословна економија
Оцена и одбрана
Датум пријаве теме: 15.01.2021.
Број одлуке и датум прихватања теме докторске/уметничке дисертације: IV-02-561/14 од 14.07.2021. године
Комисија за оцену научне заснованости теме и испуњености услова кандидата: др Дарко Димитровски , ванредни професор Факултета за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Пословна економија и управљање – председник; др Марија Костић , ванредни професор Факултета за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Екоменаџмент – члан; др Бојан Крстић , редовни професор Економског факултета Универзитета у Нишу, ужа научна област Пословно управљање – члан.
Комисија за оцену и одбрану докторске/уметничке дисертације: др Дарко Димитровски , ванредни професор Факултета за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Пословна економија и управљање – председник; др Марија Костић , ванредни професор Факултета за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Екоменаџмент – члан; др Бојан Крстић , редовни професор Економског факултета Универзитета у Нишу, ужа научна област Пословно управљање – члан.
Датум одбране дисертације:

Апстракт

Утицаји које туризам ствара су бројни како они позитивни, тако и негативни. Локално становништво туристичких дестинација је највише изложено таквим утицајима, због чега их они могу најбоље идентификовати и потврдити. На ставове локалног становништва, утичу многобројни фактори и формирају се под сложеним системом утицаја интерних и екстерних фактора појединца. Комплексност истраживања ставова локалног становништва о туризму је још већа уколико се узме у обзир чињеница да је туризам сложен систем, да постоје различите врсте туризма у туристичкој дестинацији и да је неопходна подршка локалног становништва за развој туризма. Циљ докторске дисертације је да истражи ставове локалног становништва о развоју туризма, њихов квалитет живота и подршку за развој туризма, на примеру тренутно најпосећеније бање Србије – Врњачке Бање.

У овој бањској дестинацији заступљене су различите врсте туризма, што је узето у обзир приликом истраживања. Такође, испитана је и заступљеност прекомерног туризма у Врњачкој Бањи. У дисертацији су коришћени примарни и секундарни подаци. Емпиријско истраживање је спроведено на узорку од 753 испитаника, а њихови одговори у циљу доказивања постављених претпоставки су обрађени у SPSS-23 (енгл. Statistical Package for Social Sciences for Windows 23). Коришћене статистичке методе су MANOVA, једнофакторска ANOVA, вишеструка линеарна регресија и проста линеарна регресија. Резултати истраживања показују да локално становништво Врњачке Бање сматра да туризам остварује негативне утицаје у овој дестинацији. Ипак, свесни су и позитивних утицаја, као и да туризам позитивно утиче на њихов квалитет живота. Због тога су ипак спремни да подрже будући развој туризма у Врњачкој Бањи. Истраживање показује да се ставови локалног становништва о утицајима туризма у Врњачкој Бањи разликују у зависности од тога коју врсту туризма подржавају.

Кључне речи: *утицаји туризма, квалитет живота, локално становништво, подршка за будући развој туризма, туристичка дестинација, Врњачка Бања.*

Abstract

The impacts of tourism are numerous, both positive and negative. The local population of tourism destinations is the most exposed to such impacts, which is why they can identify and confirm them. The attitudes of the local population are influenced by numerous factors and they are formed under a complex system of internal and external impact factors of the individual. The complexity of analyzing the attitudes of the local population towards tourism is even greater because tourism is a complex system, there are different types of tourism in a tourism destination and the support of the local population is necessary for tourism development. The aim of the doctoral dissertation is to investigate the attitudes of the local population towards tourism development, their quality of life, and support for tourism development, on the example of the currently most visited spa in Serbia – Vrnjačka Banja.

Different types of tourism are developed in this spa-town tourism destination, which was taken into account in this research. Also, the presence of overtourism in Vrnjačka Banja was examined. Primary and secondary data were used in the dissertation. Empirical research was conducted on a sample of 753 respondents, and the data were processed in SPSS-23 (Statistical Package for Social Sciences for Windows 23) in order to test the hypotheses. The used statistical methods are MANOVA, one-factor ANOVA, multiple linear regression, and simple linear regression. The results of the research show that the local population of Vrnjačka Banja believes that tourism has a negative impact on this destination. However, they are also aware of positive impacts, as well as that tourism has a positive impact on their quality of life. That is why they are ready to support the future development of tourism in Vrnjačka Banja. The research shows that the local population's attitudes toward the impacts of tourism in Vrnjačka Banja differ depending on the type of tourism they support.

Keywords: *tourism impacts, quality of life, local population, support for future tourism development, tourism destination, Vrnjačka Banja.*

САДРЖАЈ

Апстракт	ii
Abstract.....	iii
Списак слика	vii
Списак табела	viii
Списак графикона	x
УВОД	2

I ДЕО: ОДРЖИВИ РАЗВОЈ ТУРИЗМА

1. Појам одрживог развоја	9
1.1. Настанак одрживог развоја	9
1.2. Дефинисање одрживог развоја.....	11
1.3. Значај одрживог развоја	12
1.4. Циљеви одрживог развоја.....	14
2. Концепт одрживог развоја у туризму	16
2.1. Настанак одрживог развоја туризма.....	16
2.2. Дефинисање одрживог развоја туризма.....	18
2.3. Значај одрживог развоја туризма.....	19
2.4. Циљеви одрживог развоја туризма.....	20
3. Примена одрживог развоја у туризму	23
3.1. Принципи одрживог развоја туризма.....	23
3.2. Индикатори одрживог развоја туризма.....	24
3.3. Примери одрживог развоја туризма	28
3.4. Проблеми у примени принципа одрживог развоја у туризму	30

II ДЕО: ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА – ОСНОВНА ЈЕДИНИЦА ИЗУЧАВАЊА У ТУРИЗМУ

1. Концепт туристичке дестинације	34
1.1. Појам и дефинисање туристичке дестинације.....	34
1.2. Животни циклус туристичке дестинације	36
1.3. Елементи туристичке дестинације	39
1.4. Типови туристичких дестинација.....	40
1.5. Кључни стејкхолдери туристичке дестинације.....	42
2. Специфичности и значај управљања туристичком дестинацијом	46
2.1. Менаџмент туристичких дестинација	46
2.2. Процес планирања у туристичким дестинацијама.....	47
2.3. Организације за управљање туристичком дестинацијом	48
2.4. Туристичка политика дестинације	50
2.5. Конкуренентност туристичке дестинације.....	51
2.6. Маркетинг менаџмент туристичке дестинације.....	54
3. Утицаји туризма у туристичкој дестинацији	57
3.1. Идентификација утицаја туризма у туристичкој дестинацији.....	57
3.2. Економски утицаји туризма у туристичкој дестинацији.....	58
3.3. Социо-културни утицаји туризма у туристичкој дестинацији	60
3.4. Еколошки утицаји туризма у туристичкој дестинацији	63
3.5. Појам и утицаји <i>прекомерног туризма</i>	65

4. Одрживи развој туристичке дестинације	71
4.1. Примена принципа одрживог развоја туристичке дестинације.....	71
4.2. Носећи капацитет туристичке дестинације	74
4.3. Развој одрживих врста туризма у туристичкој дестинацији.....	75

III ДЕО: УЛОГА ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА

1. Локално становништво као стејкхолдер у развоју туризма туристичке дестинације	79
1.1. Функција локалног становништва у развоју туризма туристичке дестинације	79
1.2. Значај локалног становништва за развој туризма туристичке дестинације	80
1.3. Учешће локалног становништва у развоју туризма туристичке дестинације...	81
2. Модели и скале за мерење утицаја развоја туризма на локално становништво туристичке дестинације	84
2.1. Модел <i>IRIDEX</i>	84
2.2. Мерење ставова локалног становништва о развоју туризма.....	86
2.3. <i>SUS-TAS</i> скала.....	87
3. Ставови локалног становништва о развоју туризма у туристичкој дестинацији	89
3.1. <i>Теорија социјалне размене</i>	89
3.2. Ставови локалног становништва о утицајима туризма у туристичкој дестинацији	91
3.3. Ставови локалног становништва о подршци за развој туризма у туристичкој дестинацији	93
3.4. Ставови локалног становништва о туризму у зависности од врсте туризма у туристичкој дестинацији	95
3.5. Квалитет живота локалног становништва туристичких дестинација.....	97
3.6. Фактори који утичу на ставове локалног становништва о туризму у туристичкој дестинацији	99

IV ДЕО: АНАЛИЗА ВРЊАЧКЕ БАЊЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

1. Опште карактеристике Врњачке Бање	103
1.1. Географски положај, рељеф и саобраћајна повезаност	103
1.2. Клима.....	105
1.3. Хидрографија.....	106
1.4. Флора и фауна.....	107
1.5. Демографске карактеристике	109
1.6. Привреда и инфраструктура.....	113
2. Карактеристике Врњачке Бање као туристичке дестинације	117
2.1. Историјски развој туризма у Врњачкој Бањи.....	117
2.2. Атрактивни елементи.....	118
2.3. Рецептивни елементи	123
2.4. Врсте туризма	127
3. Анализа развоја туризма у Врњачкој Бањи	131
3.1. Туристички промет	131
3.2. <i>SWOT</i> анализа	135
3.3. Анализа туризма Врњачке Бање у контексту <i>прекомерног туризма</i>	140
3.4. Могућности за примену принципа одрживог развоја туризма.....	144

V ДЕО: МЕТОДОЛОГИЈА И РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

1. Методологија истраживања	147
1.1. Предмет и циљ истраживања	147
1.2. Дефинисање истраживачких хипотеза и модела истраживања	147
1.3. Методе истраживања	154
1.4. Узорак истраживања	155
2. Резултати истраживања	158
2.1. Резултати провере поузданости инструмената	158
2.2. Резултати дескриптивне статистике	166
2.3. Резултати тестирања хипотеза	174
2.4. Дискусија резултата	183
ЗАКЉУЧАК	197
ЛИТЕРАТУРА	203
Прилог 1	253

Списак слика

Слика 1. Принципи одрживог развоја туризма	23
Слика 2. Објективни индикатори одрживог развоја туризма <i>UNWTO</i> -а.....	26
Слика 3. Компаративни индикатори одрживог развоја туризма.....	27
Слика 4. Животни циклус туристичке дестинације.....	37
Слика 5. <i>VICE</i> модел	72
Слика 6. Географски положај Врњачке Бање.....	103
Слика 7. Мапа катастарских општина Врњачке Бање.....	103
Слика 8. Рељеф општине Врњачка Бања	104
Слика 9. Проблеми у инфраструктури Врњачке Бање	115
Слика 10. Бивете извора <i>Слатина</i> - 1, <i>Снежник</i> - 2, <i>Топла вода</i> - 3 и <i>Језеро</i> - 4.....	119
Слика 11. Манифестација „Међународни Врњачки карневал”	129
Слика 12. Манифестација „Lovefest”	129
Слика 13. Саобраћајне гужве у улици која води ка центру Врњачке Бање	143
Слика 14. Истраживачки модел	148

Списак табела

Табела 1. Проблеми у остваривању циљева одрживог развоја туризма	31
Табела 2. Облици конкурентности туристичке дестинације.....	52
Табела 3. Утицаји <i>прекомерног туризма</i>	67
Табела 4. Различити начини учешћа локалног становништва у туризму	82
Табела 5. Модел <i>IRIDEX</i> и животни циклус дестинације	85
Табела 6. Концепт моћи у <i>теорији социјалне размене</i>	91
Табела 7. Број становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991. и 2002. године – општина Врњачка Бања	109
Табела 8. Број становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002. и 2011. године – насеља општине Врњачка Бања	110
Табела 9. Број становника у Врњачкој Бањи за период од 2012. до 2021. године.....	111
Табела 10. Становништво Врњачке Бање према старосној структури у 2011. години	111
Табела 11. Број привредних друштава и предузетника у општини Врњачка Бања.....	113
Табела 12. Категоризација хотела у Врњачкој Бањи	123
Табела 13. Садржаји смештајних капацитета (не укључујући виле и апартмане) у Врњачкој Бањи.....	123
Табела 14. Туристички промет најпосећенијих туристичких дестинација у Србији у 2021. години.....	131
Табела 15. Туристички промет бањских места у Србији у 2021. години	132
Табела 16. Туристички промет Врњачке Бање у периоду од 2012. до 2021. године....	133
Табела 17. Број туриста у Врњачкој Бањи од 2019. до 2021. године по месецима.....	134
Табела 18. Број ноћења у Врњачкој Бањи од 2019. до 2021. године по месецима	135
Табела 19. <i>SWOT</i> анализа туризма Врњачке Бање	136
Табела 20. Однос броја локалног становништва и туриста у Врњачкој Бањи на годишњем нивоу у периоду 2012- 2021. године	140
Табела 21. Однос броја локалног становништва и туриста у Врњачкој Бањи по месецима за период 2019 – 2021. године	141
Табела 23. Позитивни утицаји туризма у Врњачкој Бањи	150
Табела 24. Негативни утицаји туризма у Врњачкој Бањи.....	151
Табела 25. Квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи	152
Табела 26. Подршка локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи.....	152
Табела 27. Социо-демографске карактеристике испитаника.....	155
Табела 28. Остале карактеристике узорка истраживања.....	156
Табела 29. Резултати провере поузданости скале позитивних утицаја туризма у Врњачкој Бањи	158
Табела 30. Резултати провере поузданости субскеле позитивних економских утицаја туризма у Врњачкој Бањи.....	159
Табела 31. Резултати провере поузданости субскеле позитивних социо-културних утицаја туризма у Врњачкој Бањи	160
Табела 32. Резултати провере поузданости субскеле позитивних еколошких утицаја туризма у Врњачкој Бањи.....	161
Табела 33. Резултати провере поузданости скале негативних утицаја туризма у Врњачкој Бањи	161
Табела 34. Резултати провере поузданости субскеле негативних економских утицаја туризма у Врњачкој Бањи.....	163

Табела 35. Резултати провере поузданости субскеале негативних социо-културних утицаја туризма у Врњачкој Бањи	163
Табела 36. Резултати провере поузданости субскеале негативних еколошких утицаја туризма у Врњачкој Бањи.....	164
Табела 37. Резултати провере поузданости скале квалитета живота локалног становништва проузрокованим развојем туризма у Врњачкој Бањи.....	165
Табела 38. Резултати провере поузданости скале подршке локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи	166
Табела 39. Резултати дескриптивне статистике подршке за развој одређене врсте туризма у Врњачкој Бањи.....	167
Табела 40. Резултати дескриптивне статистике за позитивне утицаје туризма у Врњачкој Бањи	168
Табела 41. Резултати дескриптивне статистике за негативне утицаје туризма у Врњачкој Бањи	170
Табела 42. Резултати дескриптивне статистике квалитета живота локалног становништва проузрокованим развојем туризма у Врњачкој Бањи.....	172
Табела 43. Резултати дескриптивне статистике подршке локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи	172
Табела 44. Резултати дескриптивне статистике асиметрија и спљоштеност, нормалност расподеле.....	173
Табела 45. Резултати <i>Levene</i> теста – тестирање прве хипотезе	175
Табела 46. Резултати мултиваријационих тестова – тестирање прве хипотезе	175
Табела 47. Резултати значајности разлике између група које подржавају различите врсте туризма и позитивних утицаја туризма	175
Табела 48. Средње вредности и стандардна девијација позитивних социо-културних утицаја туризма према подржаваној врсти туризма у Врњачкој Бањи.....	176
Табела 49. Резултати <i>Levene</i> теста – тестирање друге хипотезе.....	177
Табела 50. Резултати мултиваријационих тестова – тестирање друге хипотезе	177
Табела 51. Резултати значајности разлике између група које подржавају различите врсте туризма и негативних утицаја туризма	178
Табела 52. Средње вредности и стандардна девијација негативних социо-културних утицаја туризма према подржаваној врсти туризма у Врњачкој Бањи.....	179
Табела 53. Средње вредности и стандардна девијација негативних еколошких утицаја туризма према подржаваној врсти туризма у Врњачкој Бањи	179
Табела 54. Провера мултиколинеарности – позитивни утицаји туризма у Врњачкој Бањи.....	180
Табела 55. Резултати вишеструке регресије – позитивни утицаји туризма у Врњачкој Бањи.....	181
Табела 56. Провера мултиколинеарности – негативни утицаји туризма у Врњачкој Бањи.....	181
Табела 57. Резултати вишеструке регресије – негативни утицаји туризма у Врњачкој Бањи.....	182
Табела 58. Резултати прости линеарне регресије	183
Табела 59. Потврђеност истраживачких хипотеза	191

Списак графикана

Графикон 1. Домаћинства према броју чланова и типу насеља у 2011 години у процентима	112
Графикон 2. Просечна зарада без пореза и доприноса локалног становништва Врњачке Бање, 2019-2021. године	112
Графикон 3. Стопа промене броја туриста у Врњачкој Бањи	133

УВОД

УВОД

Након увођења концепта одрживог развоја од стране *Брундтландске комисије* (енгл. *Brundtland Commission*) 1987. године, заштита животне средине постаје проблем о којем се све чешће расправља (Du Plessis, 2010) и који још увек представља велики изазов за човечанство. Одрживи развој значи „развој који не угрожава могућности будућих генерација да задовоље њихове потребе” (International Institute for Sustainable Development, 2021; United Nations General Assembly, 1987; WCED, 1987). Представља облик развоја који се све више истиче као приоритет у туризму. Према „Програму заштите животне средине Уједињених нација” (енгл. *United Nations Environment Programme – UNEP*) и Светској туристичкој организацији (енгл. *World Tourism Organization – UNWTO*) одрживи туризам је „туризам који у потпуности поштује своје садашње и будуће економске, друштвене и еколошке утицаје, истовремено обезбеђујући потребе посетилаца, туристичке привреде, локалне заједнице уз очување животне средине” (UNEP & UNWTO, 2005, стр. 12). Одрживи туризам на овај начин треба оптимално да искористи ресурсе из животне средине, поштује интересе локалне заједнице, да обезбеди одржив, дугорочни економски просперитет, пружајући равномерно користи свим кључним стејкхолдерима туристичке дестинације. Стога се одрживи туризам треба заснивати на одрживом очувању еколошких, социо-културних и економских компоненти (UNWTO, 1992). „Како би туристичка дестинација била успешна, потребно је задовољити два основна параметра – конкурентност и одрживост, који се морају међусобно подржавати и допуњавати” (Костић и Милићевић, 2018, стр. 149). Зарад примене принципа одрживог развоја и ради креирања дугорочног успеха туристичке дестинације, важно је разумети и измерити утицаје туризма у дестинацији (Diedrich & García-Buades, 2009).

Туризам представља важан фактор развоја привреде многих земаља (Krstić & Stanišić, 2015). Укључује бројне друге привредне секторе у свој систем, попут саобраћаја, трговине, банкарства чиме додатно доприноси економском развоју туристичких дестинација. Туризам је директно повезан са животном средином. Његов развој условљен је квалитетом како природне средине, тако и оне коју је човек створио. Ипак, однос животне средине и туризма је изузетно сложен, јер туризам може имати позитиван и негативан утицај на животну средину (Ghulam Rabbany *et al.*, 2013). Туризам може утицати на очување и заштиту ресурса туристичке дестинације, као и на повећање еколошке свести локалног становништва (Kiper, 2013) и унапређење квалитета живота (Andereck *et al.*, 2007). С друге стране, резултат развоја туризма може бити и загађење воде, ваздуха, земљишта, биодиверзитета, урушавање друштвених и културних вредности туристичке дестинације и промене у навикама и понашању локалног становништва (Fredline *et al.*, 2003; Haddad *et al.*, 2019). Поред класификације на позитивне и негативне, у литератури се утицаји туризма додатно разврставају на економске, социо-културне и еколошке утицаје (Gursoy *et al.*, 2010; Li *et al.*, 2019a; Pratama & Mandaasari, 2020; Rivera *et al.*, 2016; Храбовски Томић и Милићевић, 2012).

Балансирање економских, социо-културних и еколошких утицаја туризма је основни принцип одрживог развоја (Ђорђевић & Костић, 2019). Стога за постизање одрживости, друштвена одговорност и економска корист не би требало да буду контрадикторни, већ комплементарни (Здравковић & Пековић, 2020). Такође, за успешан развој одрживог туризма, пресудан фактор је учешће и сарадња становника (Yu *et al.*, 2011). Да би се то постигло, важно је анализирати ставове становника о утицајима туризма, јер од тога зависи њихова подршка за развој туризма (Woo *et al.*, 2018).

Ставови локалног становништва о туризму процењују се на различите начине, где је кључни изазов разумети како промене у ставовима настају и шта на њих утиче (Gössling *et al.*, 2020). У циљу разумевања ставова локалног становништва о туризму у туристичкој дестинацији примењује се *теорија социјалне размене* (енгл. *Social Exchange Theory – SET*) (Ар, 1992; Kim *et al.*, 2015; Li *et al.*, 2014; Nunkoo & Gursoy, 2012; Han *et al.*, 2017; Chen & Tian, 2015). Генерално посматрано, *теорија социјалне размене* подразумева да ће појединац учествовати у одређеној размени ако очекује да ће остварити корист од ње без стварања неприхватљивих трошкова (Ар, 1992). На основу ове теорије ставови локалног становништва према утицајима туризма сагледавају се као искуствени и психолошки исходи повезани са туризмом (Kim *et al.*, 2015; Han *et al.*, 2017). Према *теорији социјалне размене*, уколико позитивно перципирани утицаји (користи) надмашују потенцијалне негативне последице (трошкове), већа је вероватноћа да ће становници имати позитиван став о туризму и да ће пружити подршку за развој туризма у туристичкој дестинацији (Gursoy *et al.*, 2010; Dyer *et al.*, 2007; Ko & Stewart, 2002; Lee, 2013; Styliadis *et al.*, 2014).

Важан фактор који треба испитати је квалитет живота локалног становништва који настаје услед развоја туризма у туристичкој дестинацији, јер овај фактор може битно утицати на њихову подршку за развој туризма (Woo *et al.*, 2015). Ставови локалног становништва о развоју туризма посматрани су у зависности од различитих фактора, попут социо-демографских карактеристика локалног становништва (Ko & Stewart 2002), привржености дестинацији и имиџа (Styliadis, 2020) и других. Постоје и истраживања у којима се истиче да је значајно посматрати ставове и у зависности од врсте туризма које су заступљене у туристичкој дестинацији (Del Chiappa & Abbate, 2016; Del Chiappa & Melis, 2015; Carmichael, 2006).

Студија аутора Nadinejad *et al.* (2019) показује да су ставови локалног становништва о развоју туризма проучавани највише на територији Сједињених Америчких Држава, затим у Кини, док су дестинације у Европи, Африци, Океанији, и на Блиском Истоку најмање проучаване. Исти аутори сугеришу да овај недостатак у литератури треба допунити будућим истраживањима, истражујући ставове локалног становништва о развоју туризма у мање проученим географским областима. У Србији је спроведен мали број истраживања на ову тему. Њихов фокус је на Београд (Tournois & Djeric, 2019), Крагујевац (Dimitrovski *et al.*, 2015), Врбас (Тепавчевић и сар., 2019), Специјални резерват природе Увац (Obradović *et al.*, 2021) и националне паркове Србије (Brankov *et al.*, 2019). Међу истраживањима о ставовима локалног становништва о утицајима

туризма, квалитету живота проузрокованим развојем туризма и њиховој спремности да подрже развој туризма не постоје студије о једној од водећих туристичких дестинација Србије – Врњачкој Бањи.

На глобалном нивоу, у години пре пандемије *COVID-19*, туризам је описан као привредна делатност која има високу стопу раста и значајан економски допринос светској привреди (Krstić *et al.*, 2016), јер генерише извоз од 1,7 билиона долара, 1 од 10 радних места припада туризму и чини 10% глобалног БДП-а (Milićević *et al.*, 2020; UNWTO, 2019). Према подацима UNWTO-а, туризам се успешно и брзо опоравља од кризе изазване пандемијом *COVID-19* (UNWTO, 2022). Узимајући у обзир статистичке податке о развоју туризма, као једна од главних карактеристика ове делатности истиче се масовност, односно велики број људи укључен у туристичке токове. Убрзани развој и велики број туриста у појединим дестинацијама довео је до појаве *прекомерног туризма* (енгл. *Overtourism*). Појава *прекомерног туризма* карактеристична је за дестинације попут Венеције и Барселоне, где је број туриста знатно већи од броја локалног становништва (у Венецији и преко 16 пута, у Барселони преко 5 пута) и јавља се евидентан антагонизам локалног становништва према развоју туризма у овим градовима (Oklevik *et al.*, 2019). Изузимајући период кризе изазване пандемијом *COVID-19*, туризам у Србији такође има позитивне тенденције раста. Најпосећеније дестинације су Београд (607.873 туриста у 2021. години) и Врњачка Бања (267.672 туриста у 2021. години) (Републички завод за статистику Републике Србије, 2022б). Београд као главни град је привредни, друштвено-културни, политички центар Србије (1.659.440 становника), док је Врњачка Бања (27.527 становника), мање место, које је развило туризам првенствено због својих природно лековитих фактора попут минералних извора (Републички завод за статистику Републике Србије, 2014). Према подацима из 2021. године број туриста у Врњачкој Бањи био је већи чак 10,5 пута од броја локалног становништва, а приметно је да је број туриста нарочито већи у периоду летње сезоне. У периоду сезоне нарочито долази до већег утицаја туризма на природне и културне ресурсе, инфраструктуру туристичке дестинације, као и квалитет живота локалног становништва. Имајући у виду наведено, постоји опасност од *прекомерног туризма* у Врњачкој Бањи, због чега се постављају следећа питања:

- Како локално становништво доживљава утицаје туризма у Врњачкој Бањи?
- Какав је квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи?
- Да ли локално становништво подржава будући развој туризма у Врњачкој Бањи?

Предмет докторске дисертације је анализа ставова локалног становништва о туризму у Врњачкој Бањи. Циљ истраживања је приказати теоријски оквир на ову тему и испитати ставове локалног становништва о свеукупним утицајима туризма, као и ниво подршке за будући развој туризма у Врњачкој Бањи. Ставови локалног становништва Врњачке Бање се посматрају узимајући у обзир врсте туризма које су развијене у овој дестинацији, као и квалитет живота локалног становништва који настаје као резултат развоја туризма. Дефинисане су следеће истраживачке хипотезе:

X: Ставови локалног становништва о квалитету њиховог живота формирају се под утицајем развоја туризма у Врњачкој Бањи.

X1: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

X1a: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

X1б: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

X1в: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

X2: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

X2a: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

X2б: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

X2в: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

X3: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

X3a: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

X3б: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

X3в: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

X4: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

X4a: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

X4б: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

X4в: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

X5: Квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма утиче позитивно на њихову подршку за будући развој туризма у Врњачкој Бањи.

У циљу израде докторске дисертације употребљена је квалитативна методологија како би се описали основни појмови. Аналитички научни метод примењен је за детаљно испитивање одређених фактора и појава, а како би се проблем сагледао и као целина употребљен је и метод синтезе. Метода индукције је коришћен како би се анализом појединих елемената проблемског подручја дошло до закључка о општем суду. Такође, примењена је метода дедукције као допуна претходним методама. Коришћени су секундарни подаци, како би се на основу досадашњих истраживања прикупила сазнања о овој теми – ставови локалног становништва о развоју туризма у туристичкој дестинацији. Секундарни подаци, као подаци који већ постоје, објављени у различитим стручним, научним и статистичким публикацијама допринеће постављању теоријског оквира докторске дисертације. Примарни подаци прикупљени су путем анкетања локалног становништва Врњачке Бање и обрађени уз помоћ софтверског пакета *SPSS*-а 23 (енгл. *Statistical Package for Social Sciences for Windows 23*). Ради тестирања дефинисаних хипотеза коришћене су следеће статистичке методе: *MANOVA*, једнофакторска *ANOVA*, вишеструка линеарна регресија и проста линеарна регресија. Докторска дисертација подељена је на пет делова како би се систематизацијом знања приказала тема од ширег ка ужем фокусу.

У првом делу докторске дисертације под насловом „**Одрживи развој туризма**” приказан је осврт на концепт одрживог развоја и на његову примену у туризму. Концепт одрживог развоја представља филозофију друштвеног развоја који задовољава људске потребе без угрожавања животне средине, природног и друштвеног окружења. Да би се применили принципи одрживог развоја у туризму неопходна је сарадња свих стејкхолдера. Интереси јавног сектора, туристичке привреде, туриста, локалног становништва морају се ускладити како би се створила позитивна веза између развоја туризма и животне средине.

Посматрање утицаја туризма захтева разумевање концепта туристичке дестинације, који ће се разматрати у другом делу докторске дисертације под насловом „**Туристичка дестинација – основна јединица изучавања у туризму**”. У оквиру прве главе, размотрени су појам и дефиниције туристичке дестинације, њени конститутивни елементи, типови дестинација и кључни стејкхолдери који учествују у развоју сваке туристичке дестинације. Након тога следи кратак осврт на специфичности и значај управљања туристичком дестинацијом. Такође, приказани су позитивни и негативни економски, социо-културни и еколошки утицаји туризма у дестинацији, као и утицаји

прекомерног туризма у дестинацији. На крају овог дела говориће се о одрживом развоју туристичке дестинације, примени његових принципа и развоју одрживих врста туризма у дестинацији.

У оквиру трећег дела докторске дисертације **„Улога локалног становништва туристичке дестинације у развоју туризма”** анализирана је функција, значај и учешће локалног становништва у развоју туризма туристичке дестинације. Говори се о моделима и скалама за мерење утицаја развоја туризма на локално становништво дестинације. Следи преглед литературе о ставовима локалног становништва о утицајима и подршци за развој туризма, о развоју туризма у зависности од врсте туризма, квалитету њиховог живота и о факторима који утичу на њихове ставове о туризму у дестинацији.

Четврти део докторске дисертације под насловом **„Анализа Врњачке Бање као туристичке дестинације”** приказује основне карактеристике развоја туризма у туристичкој дестинацији у којој се спроводи истраживање – Врњачкој Бањи. Такође, извршена је анализа тренутног стања развоја туризма у Бањи приказом туристичког промета за последњих десет година, као и *SWOT* анализе развоја туризма. Анализиран је туризам Врњачке Бање у контексту *прекомерног туризма* и размотрене су могућности за примену принципа одрживог развоја туризма.

Наслов петог дела докторске дисертације је **„Методологија и резултати емпиријског истраживања”**. У овом делу дефинисан је истраживачки модел и хипотезе у складу са предметом и циљем истраживања. Говори се о методама, инструментима и узорку истраживања. Након тога, најпре су приказани резултати провере поузданости коришћених инструмената, а затим и резултати тестирања хипотеза и дискусија резултата.

На основу приказаног теоријског оквира истраживања и емпиријског истраживања изведен је закључак докторске дисертације, са освртом на значај истраживања, ограничења истраживања и препоруке за будућа истраживања.

I ДЕО: ОДРЖИВИ РАЗВОЈ ТУРИЗМА

1. Појам одрживог развоја

1.1. Настанак одрживог развоја

Појам одрживог развоја у 21. веку заступљен је у стручној и научној литератури различитих научних области. Популаризација термина *одрживости* произилази из све веће експлоатације природних ресурса и убрзаног економског развоја, што је довело до забринутости за квалитет животне средине на глобалном нивоу (Keiner, 2005). Још у доба старих цивилизација Месопотамије, Египта, Рима и Грчке јављали су се еколошки проблеми попут крчења шума, заслањивања и губитка плодности тла, што бисмо данас назвали проблемима одрживости. Чак су и антички филозофи попут Платона, касније и писци попут Страбона расправљали о различитим типовима деградације животне средине који произилазе из људских активности (пољопривреда, сеча шума и рударство) и препоручивали оне активности које се данас истичу као један вид одрживе праксе. Људи су одувек тежили економском и материјалном напретку. Индустријска револуција у 18. веку довела је до великих трансформација друштва, па чак и до стварања идеја да је човекова доминација над природом јача и да је прихватљиво користити исцрпно природне ресурсе зарад производње робе и повећање профита (Du Pisani, 2006).

Сматра се да је идеја о одрживом развоју настала давне 1713. године, када је Ханс Карл фон Карловиц (*Hans Carl von Carlowitz*), управник рударства у име Саксонског двора у Фрајбургу, Немачка, у свом делу „*Sylvicultura Oeconomica oder Anweisung zur wilden Baum-Zucht*” дефинисао идеје за одрживо коришћење шума. Потреба за стварањем оваквог концепта проистекла је из чињенице да су несташице дрва, као шумског ресурса, негативно утицале на саксонску индустрију рударства и металургије. Основна идеја у овом делу о одрживом коришћењу шума огледа се у томе да се сече само онолико дрвећа колико се може поновно посадити предвиђеним пројектима пошумљавања, што је постао водећи принцип модерног шумарства (The Environment & Society Portal, 2021). Проблема одрживости приметио је 1798. године Томас Роберт Малтус (*Thomas Robert Malthus*), демограф, политички економиста и сеоски пастор у Енглеској који је у свом есеју под називом „*An Essay on the Principle of Population*” у стилу предвиђања написао да ће људска цивилизација живети на ивици егзистенције, јер производња хране не може ићи у корак са растом популације (Paul, 2008). У 19. веку настала су дела која су такође описивала проблеме у коришћењу природних ресурса, попут „*Man and Nature*” (1864), аутора Џорџа Перкинса Марша (*George Perkins Marsh*), у којем се чак истиче да би могло доћи до изумирања човечанства због тога што човек својим активностима уништава природно окружење. Још једно значајно дело за развој идеје о одрживости је књига аутора Алфреда Расела Валаса (*Alfred Russel Wallace*) под називом „*The Wonderful Century*” (1898), где се наводи да прекомерна експлоатација кишних шума, угља, нафте, гаса и минерала, представља повреду права потомака на коришћење истих (Du Pisani, 2006), што се данас у концепту одрживог развоја посебно истиче.

Прва половина 20. века била је изузетно турбулентна. Два светска рата донела су огромна разарања и додатне економске и еколошке изазове. Велика криза довела је економски развој најпре Западног света до кризе која је трајала чак једанаест година. Упркос кризама, постоје и даље напори да се укаже на опасност од неконтролисаног коришћења природних ресурса, јер поједини научници тог доба пишу о проблемима који се тичу животне средине (Du Pisani, 2006; Kapp, 1950). Створени су позитивни резултати у очувању слатке воде, управљању животним стаништима и доношењу закона о дивљим животињама. Међутим, најмање успеха је остварено у заштити ваздуха и смањењу хемијског загађења (Gillespie, 2018).

Од 1945. до 1970. године широм света забележен је економски и друштвени просперитет. Дошло је до већег загађења воде, ваздуха, губитка животних станишта и одређених биљних и животињских врста. Очигледно је да конзумеризам и економски раст врше притисак на животну средину (Klarin, 2018). У књизи под називом „Limits to Growth” из 1972. године, проучавајући раст становништва, убрзану индустријску производњу и загађења, приказана су упозорења на потенцијалне границе таквог развоја. Исте те године, концепт одрживог развоја добија своје прво велико међународно признање на Конференцији Уједињених нација о животној средини (енгл. *United Nations Conference on the Human Environment*) одржаној у Стокхолму. Тада се не спомиње термин одрживи развој, али је призната идеја која је сада фундаментална за одрживи развој – да се развојем и животном средином, који су до тада разматрани као одвојена питања, може управљати на обострано користан начин (Mensah, 2019).

Године 1987. Светска комисија за животну средину и развој (*World Commission on Environment and Development*), којом је председавала Гро Харлем Брундтланд (*Gro Harlem Brundtland*), политичарка из Норвешке, обновила је позив за развој одрживог развоја, што је довело до развоја Брундтландовог извештаја (енгл. *Brundtland Report*) под називом „Our Common Future”. Два су кључна питања централни део овог Извештаја: концепт потреба, посебно суштинских потреба сиромашних у свету, којима треба дати приоритет и идеја о томе да развој технологије и друштва утичу на животну средину, тако што ограничавају могућности да се задовоље садашње и будуће потребе човечанства (Mensah, 2019).

Конференција Уједињених нација о животној средини 1972. у Стокхолму била је прва светска конференција на којој је животна средина постала главно питање (United Nations, 2021). Друга таква Конференција Уједињених нација о животној средини и развоју (енгл. *The United Nations Conference on Environment and Development – UNCED*) одржана је током лета 1992. године у Риу де Жанеиру, у Бразилу, која је окупила велики број представника из чак 178 земаља како би се планирао одрживи развој. Резултат ове Конференције, која се другачије још зове *Самит о Земљи* (енгл. *Earth Summit*), је *Декларација из Рија*, *Агенда 21* и *Комисија за одрживи развој*. Све ово истиче важност одрживог развоја који постаје проблем међународног нивоа. Такође, препоручено је да се развију националне стратегије које би се бавиле економским, социјалним и еколошким аспектима одрживог развоја (Paul, 2008). *Агенда 21*

подразумева план акција како би се постигао одрживи развој у 21. веку. Циљ је био да се заштити човеково здравље, пољопривреда, вода, шума, атмосфера, да се управља отпадом, управља биотехнологијом и реше проблеми сиромаштва (Nadoveza & Pešić, 2020). Уследило је још догађаја у организацији Уједињених нација о питањима одрживог развоја која су даље базирала на *Агенди 21* (у Њујорку, 1997, 2000, 2005, 2008, 2013. и 2015. године; у Јоханесбургу, 2020. године; у Рио де Жанеиру 2012. и 2022. године у Стокхолму) (United Nations, 2021).

Године 1997. организована је *Конференција о климатским променама у Кјотоу*, Јапан, када је потписан *Међународни Кјото протокол* о смањењу емисије штетних гасова попут угљен-диоксида. *Паришким споразумом* Уједињених нација (2015) о климатским променама, *Агендом 2030* и њеним циљевима одрживог развоја (2015) показано је да је потребна дубока трансформација у потрошњи, обрасцима производње и да крупне промене у смеру одрживог развоја тек треба да се одиграју. Недавни извештаји *Европског економског простора* (енгл. *The European Economic Area – EEA*, из 2019. године), *Међудржавног панела о климатским променама* (енгл. *Intergovernmental Panel on Climate Change – IPCC*, из 2018. и 2019. године) и *Међувладине платформе за научно-политичку политику о биодиверзитету и услугама екосистема* (енгл. *The Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services – IPBES*, из 2019. године) о заштити животне средине, климатским променама, земљишту и биодиверзитету, истичу изазов покретања дубоких транзиција ка одрживости (Combet, 2020).

1.2. Дефинисање одрживог развоја

Сматра се да је синтагма *одрживи развој* (енгл. *Sustainable Development*) први пут употребљена и описана у *Извештају Брунтландове комисије* 1987. године. Дефинисати шта све обухвата одрживи развој сложеније је него дефинисати шта све подразумева одрживост (Михаиловић и сар., 2019). Одрживост се често сматра дугорочним циљем (тј. одрживијим светом), док се одрживи развој односи на многе процесе и начине за његово постизање (на пример: одржива пољопривреда и шумарство, одржива производња и потрошња, образовање и обука итд.) (UNESCO, 2021). Посебна пажња се обраћа на разликовање сличних термина и значења појма одрживог развоја на енглеском језику, јер придев *одрживи* је *sustainable*, није *sustained*, који се преводи као *подржан*, док је именица *development* у преводу *развој*, није *раст*. Такође, битно је истаћи да се *економски развој* или *економски раст* не појављују, што указује на прецизност у избору термина. Иако ово делује очигледно и поједностављено, важно је указати на ове разлике, јер се често користи термин *одрживи раст*, што представља онда противречност у терминима. *Одрживи* подразумева постојање одређених граница, док *раст* означава физичко повећање. Одрживи развој значи постављење одређених граница приликом коришћења ресурса, односно потенцијала за развој, с тим да квалитет може увек бити унапређен на много више начина, за разлику од тежње за физичким растом (Brooks, 1990).

Циљ или крајња тачка процеса одрживог развоја је одрживост (Diesendorf, 2000). Ефикасна и правична дистрибуција ресурса генерацијски и међугенерациски са функционисањем друштвено-економских активности унутар граница ограниченог екосистема јесте одрживост (Stoddart, 2011). Такође, одрживост представља динамичку равнотежу у процесу интеракције између становништва и носивости његовог окружења, тако да се становништво развија како би испољило свој пуни потенцијал без стварања штетних утицаја на средину од које зависи (Ben Eli, 2015). Одрживост се користи за дефинисање стања равнотеже између економског раста и природних ресурса. У *Светској стратегији презервације* (енгл. *World Conservation Strategy*) *одрживо* се спомиње у смислу равнотеже између човечанства и планете – живих и неживих ресурса од којих зависи човек. У овој стратегији се наводи да одрживост није могуће постићи без очувања ресурса. Док *развој* има за циљ постизање људских циљева користећи ресурсе, *очување* има за циљ да се њихова употреба настави и у будућности (IUCN, 1980). У *Извештају Брунтландове комисије* одрживи развој дефинише се као „развој који задовољава потребе садашњости без угрожавања способности будућих генерација да задовоље своје сопствене потребе” (Jones & Comfort, 2020, стр. 76). Ова дефиниција је често цитирана и као најприхваћенија дефиниција одрживог развоја (Emas, 2015). С једне стране, *развој* се види као „процес промене који за главни циљ има задовољство људских потреба, у три димензије: економској, социјалној и еколошкој”, док се *животна средина* дефинише као „резултат међуодноса између људи и природних ресурса, да не постоји као сфера одвојена од људских поступака, амбиција и потреба” (Gonçalves *et al.*, 2019, стр. 360; WCED, 1987).

Одрживи развој подразумева између осталог и економски раст, али заједно са заштитом квалитета животне средине. Суштина овог облика развоја је стабилан однос између људских активности и природе, који не умањује изгледе будућих генерација да имају квалитет живота као што имају данашње генерације, или чак и бољи. Многи верују да је *партиципативна демократија*, у којој је кључ учешће и одлучивање свих стејкхолдера, предуслов за постизање одрживог развоја (Mintzer, 1992). Одрживи развој може бити одређен као „активност за испуњавање (основних) потреба тренутне популације, људи и животиња, која ће бити спроведена тако да популација може да задовољи своје потребе на начин који неће ограничити или нарушити носеће капацитете у економским, социјалним, еколошким и организационим системима” (Satterthwaite, 1997; Filipović, 2019, стр. 57). Концепт одрживог развоја повезан је са организационим принципом за постизање циљева људског развоја док истовремено одржава способност природних система да обезбеде природне ресурсе и услуге екосистема од којих зависе привреда и друштво (Evers, 2018). Посматрано из овог угла, одрживи развој има за циљ постизање друштвеног напретка, еколошке равнотеже и економског раста (Mensah, 2019).

1.3. Значај одрживог развоја

Неконтролисан развој човечанства, који води до превелике експлоатације природних ресурса, угрожава планету Земљу и тиме прети да смањи могућности будућим

генерацијама да имају исте услове за живот (природне ресурсе, чист ваздух, незагађену воду, земљиште и друго). Светска популација у 2021. години бројала је 7,9 милијарди становника, и процењује се да ће до 2050. године бити 9,7 милијарди, а до 2100. године чак 10,9 милијарди становника (Worldmeters, 2021). Начин на који људи тренутно експлоатишу ресурсе доводи до бројних проблема попут повећања концентрације штетних гасова у атмосфери, нарочито угљен-диоксида, загађења и потрошње водних ресурса, загађења земљишта и друго (Милосављевић и сар., 2019).

Од средине 20. века примећен је тренд глобалног загревања, који научници приписују људској експанзији „ефекта стаклене баште”, односно загревања које настаје када атмосфера задржава топлоту која зрачи са Земље ка свемиру. Људске активности, првенствено сагоревање фосилних горива, су довеле до овога и потребно је спречити овакав тренд загревања, јер тренутни темпо развоја прети да угрози услове живота какве данас познајемо (National Aeronautics and Space Administration – NASA, 2021). Овакве промене угрожавају и биодиверзитет. Научно је већ идентификовано 1,4 и 1,8 милиона врста, али постоје само процене тачног броја биљних и животињских врста. Експерти процењују да је брз губитак врста који се тренутно дешава између 1.000 и 10.000 пута већи од природног изумирања. Ови стручњаци израчунали су да ће између 0,01 и 0,1% свих врста изумрети сваке године. Ако је тачна доња процена броја врста које постоје – тј. да на нашој планети постоји око 2 милиона различитих врста – онда то значи да се сваке године догоди између 200 и 2.000 изумирања. Међутим, ако је горња процена броја врста тачна – да постоји 100 милиона различитих врста које коегзистирају са нама на нашој планети – онда између 10.000 и 100.000 врста изумире сваке године (World Wildlife Fund, 2021).

Неодрживи развој угрожава квалитет воде, санитацију и хигијену, сигурност и безбедност и квалитет хране, квалитет ваздуха и квалитет земљишта што се даље неповољно одражава на човеково здравље (Sena & Ebi, 2021). У тренутним климатским и социо-економским условима, три четвртине човечанства ће се суочити са здравственим ризицима од последица глобалног загревања (Khosla *et al.*, 2021). У многим земљама, веома топло време доводи до топлотних удара, који су одговорни за више смртних случајева него све друге природне катастрофе заједно, при чему су људи старији од 65 година, посебно они са коморбидитетом као што су кардиоваскуларне болести, међу најугроженијим (Jay *et al.*, 2021).

Убрзани економски раст, који тежи већој производњи, не само да занемарује еколошке и друштвене последице развоја као што су загађење и исцрпљивање необновљивих ресурса, већ доводи до негативних последица за појединце и групе (Siddiqi, 2001). Овакав раст довео је и до великог јаза између богатих и сиромашних земаља. Сиромашне земље постају зависне од развијених земаља. Често, сиромашне земље морају да извозе више, како би прикупиле довољно новца да благовремено отплате своје дугове. Међутим, њихови ресурси су јефтинији што доводи до ланчаних друштвених проблема. Временом се вредност рада у сиромашним земљама смањује, токови капитала постају све нестабилнији, што генерише друштвене немуре, и

заузврат, доводи и до протеста широм света (Malik, 2018). Из свих наведених негативних утицаја убрзаног и неконтролисаног развоја јасно проистиче чињеница да све то доводи до пада квалитета живота становништва и да културне вредности могу бити под утицајем ових деградирајућих ефеката (Portney, 2013).

Одрживи развој представља решење за превенцију наведених последица човекових активности. Равнотежом еколошких, економских, социјалних и културних фактора, треба успоставити такав развој који ће обезбедити „будућим генерацијама коришћење ресурса на истом или вишем нивоу” (Kostić & Petrović, 2015, стр. 75). Принципи одрживог развоја захтевају промене у начину размишљања и вредностима. Те промене укључују управљање животном средином, друштвену одговорност и економску одрживост, и то на глобалном нивоу (Kostić *et al.*, 2018). Неопходност и значај одрживог развоја потврђује чињеница да је чак 193 држава, чланица Уједињених нација, усвојило претходно поменути *Агенду 2030*, односно документ који дефинише циљеве за остваривање одрживог развоја, под називом „Трансформисање нашег света: Агенда за одрживи развој до 2030” (United Nations, 2021a). Улажу се напори да се примене принципи одрживог развоја. Тако су се године 2015. све земље обавезале да ће радити на универзалном приступу за обезбеђивање безбедне воде за пиће, санитарних услова и основних средстава за прање руку до 2030. Ипак, иако је већ протекла трећина овог петнаестогодишњег периода, још увек је коначни циљ исувише далеко, јер: 26% људи нема обезбеђену хигијенски исправну воду за пиће; скоро половина је без безбедних санитарних услова; а скоро једна трећина живи у условима у којима недостају основни елементи за одржавање хигијене, попут сапуна и воде. Свет бележи одређене напретке у погледу одрживог развоја, али је то исувише споро и делује недовољно спрема негативних последица које је неопходно санирати. Такав напредак треба да буде више од три пута бржи током наредне деценије како би се циљеви одрживог развоја остварили (Ritchie, 2021). Посматрајући негативне ефекте човекових активности, одрживи развој постаје неопходан и потребно је хитно усмерити свет ка њему. Изазови на путу ка одрживом напретку су велики и различити, и у складу са тим постоје различити циљеви које треба испунити.

1.4. Циљеви одрживог развоја

На *Самиту о Земљи* у Рио де Жанеиру закључено је да је концепт одрживог развоја достижан циљ за све људе света, без обзира да ли говоримо о локалном, националном, регионалном или међународном нивоу. Такође на овој конференцији установљено је да је интегрисање и балансирање економских, друштвених и еколошких фактора у испуњавању потреба човечанства од виталног значаја за одржавање људског живота на планети и да је такав интегрисани приступ могућ (United Nations, 2021b). *Агенда 21*, усвојена у Рио де Жанеиру, бави се актуелним проблемима животне средине и развоја данашњице и има за циљ да припреми свет за изазове 21. века како би се постигли дугорочни циљеви одрживог развоја. Документ успоставља агенду за одрживи развој у четири одељка, односно друштвену и економску димензију; очување и управљање ресурсима за развој; јачање улоге главних стејкхолдера; и средства за спровођење.

Циљеви, активности и средства имплементације утврђени су за низ програмских области. Ови циљеви између осталог укључују (An Architect's Guide to Designing for Sustainability – Part One, 2021; United Nations,1992):

- интеграцију економских, друштвених и еколошких циљева;
- промену образаца потрошње и производње;
- стварање узајамне подршке трговине и животне средине;
- очување водних ресурса и шума;
- одржива енергија и транспорт;
- смањење емисије штетних гасова и очување атмосфере;
- управљање токсичним хемикалијама;
- одрживи туризам;
- трансфер еколошки прихватљивих технологија;
- ширење образовања и свести о одрживом развоју.

На основу ових дефинисаних циљева, 2015. године у оквиру *Агенде 2030* дефинисано је 17 циљева за остваривање одрживог развоја, које треба реализовати до 2030. године (Сепал, 2019):

- Циљ 1: „Окончати сиромаштво”;
- Циљ 2: „Окончати глад, повећати безбедност хране и одрживост пољопривреде”;
- Циљ 3: „Очувати добро здравље”
- Циљ 4: „Обезбедити инклузивно и квалитетно образовање”;
- Циљ 5: „Постићи родну равноправност”;
- Циљ 6: „Обезбедити санитарне услове и пијаћу воду за све”;
- Циљ 7: „Обезбедити доступност енергије и обновљиву енергију”;
- Циљ 8: „Промовисати инклузиван и одржив економски раст, запосленост и достојанствен рад за све људе у свету”;
- Циљ 9: „Изградити одрживу инфраструктуру, промовисати одрживу индустријализацију и подстицати иновативност”;
- Циљ 10: „Смањити неједнакост унутар државе и између држава”;
- Циљ 11: „Учинити градове и остала места безбедним, отпорним и одрживим”;
- Циљ 12: „Унапредити одрживе моделе потрошње и производње”;
- Циљ 13: „Борба против климатских промена”;
- Циљ 14: „Очувати и одрживо користити океане, мора и морске ресурсе за одрживи развој”;
- Циљ 15: „Заштитити, обновити и промовисати одрживо коришћење копнених екосистема, одрживо управљати шумама, борити се против дезертификације, зауставити деградацију земљишта и губитак биодиверзитета”;
- Циљ 16: „Обезбедити мир и правду за све људе у свету”;
- Циљ 17: „Повећати средства за имплементацију одрживог развоја и ревитализовати глобално партнерство за одрживи развој”.

2. Концепт одрживог развоја у туризму

2.1. Настанак одрживог развоја туризма

Путовања у сврху одмора еволуирала су од искуства резервисаног за врло мали број привилегованих људи, у доживљај у којем многи данас уживају. Историјски гледано, могућност путовања била је резервисана за краљевске породице и више класе. Од древних римских времена до 17. века, путовали су углавном богати људи (Westcott, 2019). Почетком 20. века, када долази до повећања слободних новчаних средстава и развоја саобраћајних средстава, интензивира се развој туризма (Kasimoglu, 2012). Са развојем масовног туризма педесетих година 20. века настају негативни утицаји туризма на окружење, због чега се јавља потреба за променом, коју данас препознајемо као одрживи развој у туризму. Услед појаве негативних последица масовног туризма, написано је неколико књига које су водиле ка идеји о примени одрживог развоја у туризму. Неке од тих књига су (Swarbrooke, 1999, стр. 9):

- „Fourth Wave – the Challenge of Leisure” (1965), аутора Мајкла Дауреса (*Michael Dowers*), где постоји упозорење на потенцијални утицај огромног раста слободног времена и активности у слободно време;
- „Tourism: Blessing or Blight” (1975), аутора Џорџа Јанга (*George Young*), која је скренула пажњу на потенцијалне негативне утицаје туризма;
- „Tourism: Passport to Development” (1979), аутора Емануела де Кадта (*Emanuel De Kadt*), у којој се говори о улози туризма у економијама земаља у развоју;
- „Tourism: Economic, Physical and Social Impacts” (1982), аутора Алистера Метисона (*Alister Mathieson*) и Џефри Вола (*Geoffrey Wall*), у којој је указано на утицаје туризма широм света;
- „Tourism: A Community Approach” (1985), аутора Питера Марфија (*Peter Murphy*), у којој се по први пут детаљно разматра однос између туризма и локалног становништва у туристичкој дестинацији;
- „The Holiday Makers” (1987), аутора Јоста Крипендорфа (*Jost Krippendorf*) у којој се утицаји туризма сагледава са становишта туристе;
- „The Good Tourist” (1991), аутора Кејти Вуд (*Katie Wood*) и Сид Хаус (*Syd House*), која разматра практичне начине на које људи могу постати бољи туристи, како не би нашкодили туристичкој дестинацији и њеном локалном становништву;
- „Holidays That Don't Cost the Earth” (1992), аутора Џона Елкингтона (*John Elkington*) и Џулије Хејлс (*Julia Hailes*), која се бави питањима животне средине и путовањима људи у туристичке сврхе.

Географи су дуго били заинтересовани за односе између туризма и окружења, како у односу на природно окружење тако и у односу на локално становништво, и самим тим били су посебно заинтересовани за примену одрживог развоја у контексту туризма (Butler, 1999). Године 1965. академик Клаус-Дитер Хецнер (*Claus-Dieter Hetzer*) писао је о принципима путовања, које ми данас препознајемо као део екотуризма, наводећи да такво путовање има (McLaughlin, 2011, стр. 15):

- минимални утицај на животну средину;

- минимални утицај и максимално поштовање културе локалног становништва;
- максималне економске користи за туристичку дестинацију;
- максимално задовољство посетилаца.

Академици и практичари из области туризма почели су озбиљније да разматрају одрживи развој тек након усвајања *Брундтландовог извештаја* 1987. године. Након што су последице масовног туризма почеле значајно да се примећују, седамдесетих година 20. века расте заинтересованост за „*управљање посетиоцима*” (енгл. *Visitor Management*). Термин *зелени туризам* почиње да се користи осамдесетих година 20. века, што указује на то да се јављају све јасније иницијативе за промену у политици развоја туризма, која води ка одрживом развоју туризма (Swarbrooke, 1999).

Током деведесетих година 20. века долази до тога да се све више говори о значају одрживог развоја и његовој неопходности за развој туризма. Крајем деведесетих година 20. века туризам је укључен у расправу о заштити биодиверзитета. Године 2001. успостављена су правила за биолошку разноврсност и одрживи туризам (*Конвенција о биолошкој разноврсности* из 2001. године) (Tourism Theories, 2010). Генерална скупштина Уједињених нација прогласила је 2002. годину за *Међународну годину екотуризма*. У току ове године прикупљена су и анализирана искуства у примени екотуризма широм света, како би се сагледали инструменти и институционални оквири који обезбеђују одрживи развој туризма у будућности. Утврђено је да је потребно увећати економске, еколошке и друштвене користи од екотуризма, уз избегавање негативних утицаја (International Year of Ecotourism, 2002). Почетком 21. века уочљиви су напори ка креирању сертификата који представљају доказе да учесници у туризму послују поштујући принципе одрживог развоја. Такође, настају иновације у циљу одрживог пословања, попут креирања смештајних капацитета који имају минималне негативне утицаје на окружење (на пример: *Ecolodge*) (Global Tourism Network, 2021). Године 2010. формиран је Глобални савет за одрживи туризам (енгл. *The Global Sustainable Tourism Council – GSTC*) који управља критеријумима, глобалним стандардима за одржива путовања и туризам; и обезбеђује међународну акредитацију за субјекте које се баве сертификацијом за одрживи туризам (The Global Sustainable Tourism Council – GSTC, 2021). Значај одрживог развоја туризма истакнут је 2017. године, када су Уједињене нације ту годину прогласиле „*Међународном годином одрживог развоја туризма*”. Поред тога, *UNWTO* континуирано ради на подизању свести о одрживом туризму међу доносиоцима одлука у јавном и приватном сектору и целокупној јавности. Одрживи развој се тиче свих учесника у туризму због чега *UNWTO* улаже напоре да мотивише стејкхолдере у туризму ка одрживим праксама и повећа свест о значају одрживог развоја.

2.2. Дефинисање одрживог развоја туризма

Концепт одрживог развоја туризма је значајно еволуирао од када се први пут појавио. Првобитно је одрживи туризам био искључиво оријентисан на забринутост због негативних утицаја туризма и под утицајем ширег покрета одрживости, те је дефиниција одрживог туризма била предмет многих дебата (Ruhanen *et al.*, 2018). Примена одрживог концепта у туризму отворила је ново поље изучавања. Одрживи развој се у туризму појавио као већ дефинисан концепт развоја. Ипак, расправе око тога шта је одрживи туризам су настале не због тога што недостају дефиниције, већ зато што има велики број таквих тврдњи које за циљ имају да одреде појаву одрживог туризма.

Bramwell *et al.* (1996) одрживи туризам посматрају као туризам који се развија узимајући у обзир тренутне капацитете туристичке дестинације, локално становништво и животну средину. Сматрају да је то туризам који поштује животну средину и самим тим је штити од уништења, што је посебно важно у заштићеним подручјима. Такође, одрживи туризам изједначавају са „*одговорним*” туризмом.

Одрживи туризам је туризам који се развија на посебан начин и у таквом обиму да остаје економски одржив и не угрожава окружење, већ га унапређује. Овакав развој туризма мора бити економски одржив, јер ако туризам није профитабилан онда је спорно питање да ли је еколошки одржив, прецизније, туризам који је неисплатив и неодржив једноставно ће престати да постоји (Harris *et al.*, 2002).

У основи се одрживи туризам може посматрати као примена идеје одрживог развоја у туризму. Омогућава мудро коришћење и чување ресурса како би одржао њихову дугорочну одрживост. У суштини, одрживи туризам укључује смањење негативних утицаја и повећање позитивних утицаја (Костић и Милићевић, 2018; Milićević & Đorđević, 2018; Weaver, 2007).

Одрживи туризам обухвата широк скуп техника и напредних метода за анализу и креирање политике у погледу одрживости, конкурентности, квалитета живота локалног становништва и задовољства свих стејхолдера у туристичкој дестинацији. Може да помогне дестинацијама у очувању њихове јединствености уз способност спајања туриста са локалним становништвом дестинације, тако да се успостави разумевање које ће креирати обострану корист, али и бенефите за целокупно туристичко тржиште (Modica & Uysal, 2016).

Поред конвенционалних приступа одрживом туризму, постоји виђење одрживог туризма као средства за изградњу *отпорности* (енгл. *Resilience*) локалног становништва дестинације и креирање различитих гледишта приликом одлучивања о развоју туризма. Важно је истаћи улогу локалног становништва, имајући у виду да се коначна акција у вези имплементирања одрживог туризма догађа на нивоу заједнице и људи који учествују у туризму (McCool & Bosak, 2016).

Туризам којим се управља на одговоран начин унапређује и обогаћује природне и културне вредности, и не искључује потребу њиховог очувања како би локално становништво и туристи имали квалитетно искуство сада и у будућности. Одрживи туризам може постати главно средство за реализацију највеће тежње човечанства, односно потраге за постизањем економског просперитета уз очување друштвеног, културног и еколошког интегритета. Такав туризам остварује квалитетан раст на начин који не исцрпљује природне ресурсе и чува културу, историју и наслеђе локалне заједнице доприносећи њиховом бољем животу. Ипак поставља се критично питање: „Који је најбољи начин управљања одрживим туризмом како би будуће генерације могле да уживају у квалитетним туристичким производима?” (Edgell, 2019, стр. 84).

Дефиниције одрживог туризма углавном су окренуте ка чињеници да туризам треба да се развија на начин који ће обезбедити баланс између економских, друштвених и еколошких фактора. У том смислу, *UNWTO* одрживи развој туризма посматра као развој који уважава животну средину и потребе свих стејкхолдера у контексту стварања економских, социо-културних и еколошких утицаја туризма (*UNWTO*, 2021). Одрживим развојем туризма минимизира се негативан утицај туризма на животну средину, локално становништво и њихову културу, како би све то било доступно будућим генерацијама. Поред тога, доприноси стварању прихода, запошљавању локалног становништва и очувању локалних екосистема (*Sustainable Tourism*, 2022).

Потребно је више дискусије о одрживом туризму, шта све обухвата, коме он користи, на који начин операционализовати овакав развој како би се осигурало да идеја водила не постане фикција. Такође, треба размотрити како да се унапреди размишљање о одрживости, како би се повећало учествовање свих стејкхолдера у одрживом туризму (*McCool & Bosak*, 2016).

2.3. Значај одрживог развоја туризма

Везе између туризма, просперитета и одрживости су сложене (*Buckley*, 2012). Сматра се да просперитет услед развоја туризма може унапредити одрживи развој. Ипак, убрзани развој туризма може имати и деградирајући ефекат по животну средину, природно и друштвено окружење, због чега одрживи развој туризма добија на значају. Одрживи туризам део је глобалне промене која препознаје да дугорочни континуирани економски раст мора бити у комбинацији са очувањем животне средине. Стога је одрживост препозната као начин за дугорочни напредак у туристичким развојним политикама.

Туризам се обично описује као важна привредна делатност, због њених економских користи, попут побољшања инфраструктуре и јавних објеката туристичке дестинације (*Yoon et al.*, 2001), високих прихода од туриста, мултипликативних економских ефеката и стварања могућности запошљавања локалног становништва (*Chong & Balasingam*, 2019). Осим тога, генерално пружа услове за бољи квалитет живота локалног становништва туристичке дестинације (*Durkalić & Đorđević*, 2019). С друге стране,

постоје директни и индиректни утицаји туризма на емисију CO_2 (Li *et al.*, 2019), загађење (Azam *et al.*, 2018) и деградацију друштвених и културних вредности (Haddad *et al.*, 2019). Туризам доприноси више од 5% глобалној емисији гасова стаклене баште, док само саобраћајна индустрија (која је саставни елемент туризма као сложеног система) чини 90%. До 2030. године очекује се да ће туризам утицати на повећање емисије CO_2 за 25%. Туризам често врши притисак на природне ресурсе њиховом прекомерном потрошњом, често на местима где су ресурси већ оскудни. Убрзани и недовољно добро испланирани развој туризма ствара огромне притиске на коришћење земљишта туристичке дестинације и може довести до ерозије тла, повећаног загађења, губитка природног станишта и већег притиска на угрожене врсте. Ови ефекти могу постепено уништити природне ресурсе од којих и зависи туризам (The World Counts, 2022). Негативни економски ефекти туризма у дестинацији могу се манифестовати кроз: изражену сезоналност послова, а самим тим и несигурност посла за локалну радну снагу, слабо плаћене и неквалификоване послове, нестанак традиционалних занимања и друго (Костић и Милићевић, 2018; Попеску, 2011). Туризам такође може проузроковати да локално становништво има високе трошкове живота, односно може допринети повећању цена производа и услуга неопходних за свакодневни живот, као и цена некретнина и пореза (Látková & Vogt, 2012).

С обзиром на то да туризам има и позитивне и негативне утицаје (Anup, 2018), да би се максимизирале користи од њега мора постојати баланс (Dahal *et al.*, 2020), односно одрживи туризам мора бити једини пут за будући развој (Ђорђевић & Милићевић, 2020). Негативни утицаји туризма довели су до преласка са краткорочног на дугорочније планирање и признање да је експлоатисати ресурсе, укључујући и људске ресурсе не само неетички, већ и неисплативо (на дужи рок). Све више, политичари и планери у туризму постају свесни дугорочних економских, социо-културних и еколошких последица прекомерног и лоше испланираног развоја туризма. Имплементација одрживог туризма захтева чврсто разумевање и одговорност јавног и приватног сектора, као и локалног становништва (Archer *et al.*, 2012). Значај укључивања одрживог развоја у туризам, огледа се и у томе да туризам мора да допринесе свеукупној борби за свет који неће бити угрожен последицама климатских промена. С друге стране климатске промене могу довести до великих изазова за будући развој туризма, због чега треба развити стратегије прилагођавања које ће омогућити туризму да се припреми за *свет после +2°C* и треба ефикасно имплементирати одрживи развој туризма (Scott *et al.*, 2019).

2.4. Циљеви одрживог развоја туризма

Како би се постигао одрживи развој туризма *UNWTO* је најпре дефинисала 12 циљева, који подразумевају да у туризму мора постојати (UNWTO, 2013, стр. 18):

1. „Економска одрживост: Обезбедити одрживост и конкурентност туристичких дестинација и предузећа, тако да су у стању да наставе да напредују и да дугорочно просперирају.”

2. „Локални просперитет: Максимизирати допринос туризма просперитету дестинације домаћина, укључујући и максимизирање потрошње туриста.”
3. „Квалитет запошљавања: Повећати број и квалитет локалних радних места у туризму, повећати износ плате, услове рада и доступност таквих радних места свима, без дискриминације у зависности од пола, расе, инвалидитета.”
4. „Друштвена једнакост: Равномерна и широка дистрибуција економских и друштвених користи туризма за локално становништво, укључујући побољшање могућности зараде и јавних услуга сиромашнијем делу локалне заједнице.”
5. „Задовољство туриста: Обезбедити безбедно, задовољавајуће и испуњавајуће искуство за туристе, доступно свима, без дискриминације по полу, раси, инвалидитету или на неки други начин.”
6. „Локална контрола: Укључити локално становништво у планирање и доношење одлука о управљању будућег развоја туризма у њиховој дестинацији, у сарадњи са другим заинтересованим странама.”
7. „Благостање заједнице: За одржавање и јачање квалитета живота у локалним заједницама, укључујући друштвене структуре и приступ ресурсима, погодностима и системима за одржавање живота, избегавајући сваки облик друштвене деградације или експлоатације.”
8. „Културно богатство: Поштовати и унапредити историјско наслеђе, аутентичну културу, традицију и посебност културе локалног становништва.”
9. „Физички интегритет: Одржавање и побољшање квалитета пејзажа, урбаних и руралних, и избегавати физичку и визуелну деградацију животне средине.”
10. „Биолошка разноврсност: Подршка очувању природних подручја, дивљих животиња и њихових станишта.”
11. „Ефикасност ресурса: Минимизирати употребу оскудних и необновљивих ресурса за развој туризма.”
12. „Чиста животна средина: Минимизирати загађење ваздуха, воде и земљишта и стварање отпада од туристичких предузећа и туриста.”

Одрживи туризам подразумева развој који је усмерен ка остваривању поменутих 17 циљева одрживог развоја описаних у *Агенди 30*. Допринос туризма у остваривању свеукупних дефинисаних циљева може бити значајан, јер туризам утиче на развој предузетништва, оснаживање младих и жена, отварање нових радних места (циљ 1: „Окончати сиромаштво”). Исто тако, туризам може да подстакне одрживу пољопривреду промовисањем такве производње у циљу снабдевања хотела, продајом локалних производа туристима (циљ 2: „Окончати глад, повећати безбедност хране и одрживост пољопривреде”). Приходи остварени од туризма могу се реинвестирати у здравствену заштиту и здравствене услуге, смањење смртности деце и превенцију болести. Генерално, туризам може побољшати свеукупно благостање локалног становништва туристичке дестинације, односно њихов квалитет живота. (циљ 3: „Очувати добро здравље”). Туризам има потенцијал да промовише инклузивност и родну равноправност, јер може оснажити жене, обезбеђујући им радна места (циљ 4: „Обезбедити инклузивно и квалитетно образовање и циљ 5: Постићи родну равноправност”). Улагање у квалитет комуналних услуга у циљу развоја туризма може

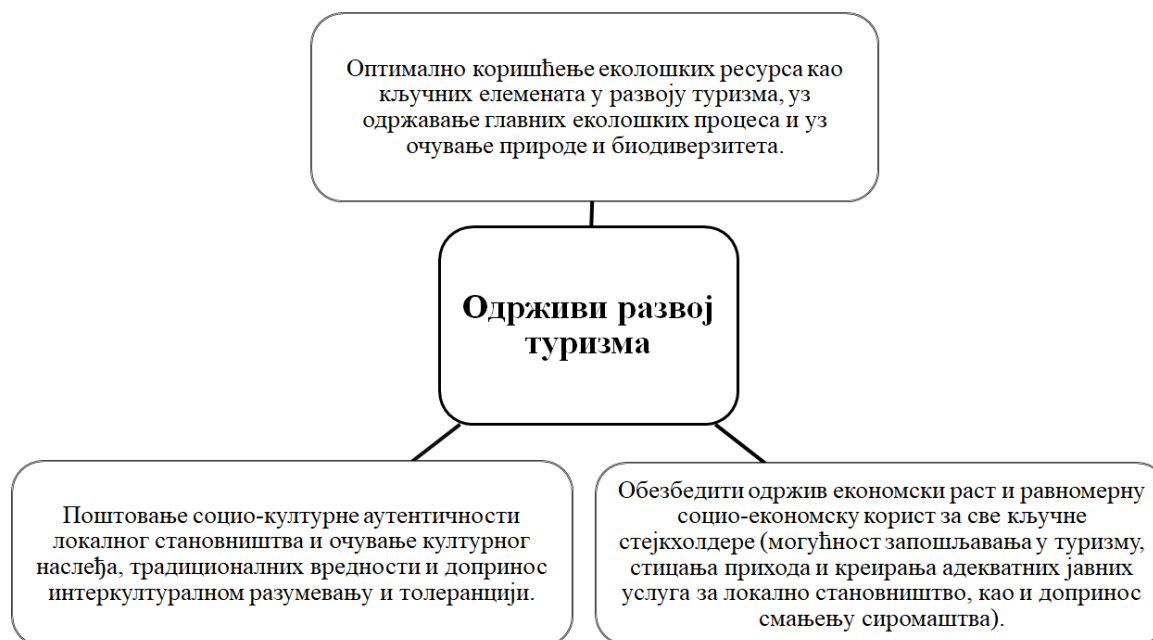
играти кључну улогу у постизању приступа пијаћој води, доприноси безбедности, као и стварању хигијенских и санитарних услова за све (циљ 6: „Обезбедити санитарне услове и пијаћу воду за све”). Туризам користи велике количине енергетских ресурса, што може убрзати прелазак на обновљиве изворе енергије на глобалном нивоу. Промовисањем инвестиција у чисте изворе енергије, туризам може помоћи у смањењу гасова стаклене баште, ублажити климатске промене и допринети доступности енергије за све (циљ 7: „Обезбедити доступност енергије и обновљиву енергију”). Туризам утиче на економски просперитет, јер један је од четири највећа извозника на глобалном нивоу и свако десето радно место припада сектору туризма (Циљ 8: „Промовисати инклузиван и одржив економски раст и запосленост”). Утиче на развој и унапређење инфраструктуре (циљ 9: „Изградити прилагодљиву инфраструктуру, промовисати одрживу индустријализацију и подстицати иновативност”). Туризам може бити моћно средство за смањење неједнакости ако ангажује локално становништво и све кључне актере у свом развоју (циљ 10: „Смањити неједнакост између и унутар држава”). Културно и природно наслеђе дестинације може бити сачувано захваљујући одрживом развоју туризма. Одрживи туризам подразумева улагања у *зелену* инфраструктуру (ефикаснији транспорт, смањено загађење ваздуха) требало би да резултира *зеленијим* дестинацијама не само за локално становништво, већ и за туристе (циљ 11: „Учинити градове и остала места безбедним, отпорним и одрживим”; циљ 12: „Унапредити одрживе моделе потрошње и производње”). Заинтересоване стране у туризму треба да играју водећу улогу у глобалном одговору на климатске промене (циљ 13: „Борба против климатских промена”). Развој туризма мора бити део интегрисаног управљања приобалним подручјима и биодиверзитетом у циљу њихових очувања (циљ 14: „Очувати и одрживо користити океане, мора и морске ресурсе за одрживи развој”; циљ 15: „Заштитити, обновити и промовисати одрживо коришћење копнених екосистема, одрживо управљати шумама, борити се против дезертификације, зауставити деградацију земљишта и губитак биодиверзитета”). Туризам може да подстакне мултикултуралну и међуверску толеранцију и разумевање, постављајући темеље за мирнија друштва (циљ 16: „Обезбедити мир и правду за све људе у свету”). Због своје међусекторске природе, туризам има способност да ојача приватно/јавно партнерство и ангажује више заинтересованих страна – међународних, националних, регионалних и локалних – да раде заједно на постизању циљева одрживог развоја и других заједничких циљева. Јавна политика и иновативно финансирање су срж за постизање *Агенде 2030* (циљ 17: „Повећати средства за имплементацију одрживог развоја и ревитализовати глобално партнерство за одрживи развој”) (UNWTO, 2016).

3. Примена одрживог развоја у туризму

3.1. Принципи одрживог развоја туризма

Одрживи развој туризма не треба посматрати као нову врсту туризма, нити се односи на поједине елементе туристичког система или одређене производе у туризму. У питању је посебан начин развоја који укључује све елементе туристичког система и самим тим тиче се свих стејкхолдера туристичке дестинације. Главни принцип одрживог развоја туризма јесте интеграција еколошких, друштвених и економских питања у све аспекте туристичког планирања и доношења одлука (Emas, 2015). Овако дефинисан кључни принцип се даље може разложити на три основна принципа одрживог развоја, приказаним на слици 1.

Слика 1. Принципи одрживог развоја туризма



Извор: Edgell (2019, стр. 244); UNWTO (2013, стр. 17, 18)

Поред тога, принципи одрживог развоја туризма обухватају (Tourism Concern & World Wide Fund for Nature, 1992): одрживо коришћење ресурса; правилно одвајање и одлагање отпада; очување биодиверзитета; планирање развоја туризма; подршка локалној економији; укључивање локалног становништва у одрживи развој туризма у дестинацији; сарадња кључних стејкхолдера; обука људских ресурса у циљу имплементације одрживог развој; успостављање маркетинга одрживог развоја туризма; истраживање и мониторинг одрживог развоја туризма. Amerta (2017) на сличан начин предлаже детаљан приказ кључних принципа одрживог развоја туризма, стављајући акценат и на туристе: одржавање квалитета животне средине, пружање користи локалним заједницама и туристима; одржавање веза између туризма и животне средине; одржавање хармоније међу локалним становништвом и животном средином,

стварање динамичних услова прилагођених носећим капацитетима и сви стејкхолдери морају заједно да раде на истој мисији како би остварили одрживи развој.

У циљу креирања одговорног и одрживог развоја туризма креиран је основни референтни оквир – „Глобални етички кодекс за туризам” (енгл. *The Global Code of Ethics for Tourism – GCET*), који обухвата скуп принципа осмишљених да воде стејкхолдере у туризму. Усмерен је на јавни сектор, туристичку индустрију, локално становништво и туристе. Има за циљ да помогне да се максимизирају користи туризма док минимизира његове потенцијално негативне утицаје на животну средину, културно наслеђе и друштва широм света. Према овим дефинисаним кодексима, одрживи туризам подразумева да (UNWTO, 2001, стр. 4, 5):

- Сви стејкхолдери у туризму треба да раде на заштити природног окружења уз економски раст и могућност да ресурсе користе како садашње, тако и будуће генерације.
- Свим врстама туризма, које доприносе заштити и очувању природних ресурса, рационалној употреби воде и енергије и избегавању стварања великих количина отпада, треба дати приоритет и подршку за даљи развој од стране јавног сектора на националном, регионалном и локалном нивоу.
- Треба радити на смањењу сезоналности у туризму, тако да се смањи притисак огромног броја посетилаца у кратком временском периоду и тиме спрече негативне последице по животну средину. То се може учинити променом у дефинисаном распореду слободног времена, које се јавља током годишњих одмора, празника, школских распуста.
- Инфраструктура и супраструктура у туризму, као и све активности у туризму морају бити креиране и организоване тако да штите природне ресурсе, екосистеме, биодиверзитет, дивљи свет. Нарочито је важно да кључни стејкхолдери буду свесни ограничавајућих могућности развоја у осетљивим дестинацијама попут пустиња, поларних и високопланинских предела, тропским шумама, резерватима природе, националним парковима и другим заштићеним подручјима.
- Посебан допринос одрживом развоју туризма дају врсте туризма засноване на природи, као што је екотуризам, јер чува природу и њене вредности, поштује локално становништво, њихову културу и традицију и уважава носећи капацитет туристичких дестинација.

3.2. Индикатори одрживог развоја туризма

Као што је истакнуто у претходном поглављу планирање у туризму и мониторинг су неопходни процеси како би се постигла одрживост у туризму. Квантитативни и квалитативни подаци о томе како се туризам развија показује тренутно стање одрживог развоја туризма, на основу чега треба планирати будуће активности и вршити ревизију. Индикаторе треба одредити у сарадњи са кључним стејкхолдерима како би најбоље приказали стање тренутне одрживости туризма и како би подржали будуће одлуке и стратегије у одрживом развоју. Они морају бити јасно дефинисани за све стејкхолдере,

релевантни за област који описују, да буду постављени тако да се могу прибавити и анализирати неопходне валидне информације и да се могу поредити током времена (UNWTO, 2004).

Постоје два приступа у дефинисању индикатора одрживог развоја. То су академски или научни приступ и приступ носиоца туристичке политике, чија је предност то што су индикатори разумљивији, јер настају као резултат сарадње стејхолдера (Tanguay *et al.*, 2013). Индикатори одрживог развоја туризма углавном су усмерени на туристичке дестинације, иако постоји потреба да се они формирају и на микро нивоу, односно за предузећа туристичке привреде. Такође, индикатори на нивоу туристичких дестинација често не узимају у обзир неке индивидуалне разлике између дестинација, због чега долази до непрецизне анализе одрживог развоја туризма. Ипак, на регионалном, националном и глобалном нивоу играју важну улогу у постизању циљева одрживог развоја. Они су саставни део *Агенде 2030* и позиционирани су као кључно средство за имплементацију 17 дефинисаних циљева одрживог развоја (Rasoolimanesh *et al.*, 2020).

Због сложености туризма и чињенице да се у одрживи развој морају укључити сви актери на међународном, националном, регионалном и локалном нивоу, постоје потешкоће у прикупљању података и њиховог приказивања као листе индикатора која ће реално приказати стање одрживог развоја туризма. Значајну улогу у прикупљању таквих података имају организације попут Канцеларије за статистику Европске Уније (енгл. *Statistical Office of the European Union – EUROSTAT*), Организација за економску сарадњу и развој (енгл. *Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD*), *UNWTO* и друге.

UNWTO прикупља кључне статистичке податке о еколошким, социо-културним и економским утицајима туризма на националном и/или регионалном нивоу. Ова организација предложила је листу индикатора како би се на најпоузданији начин мерио одрживи развој туризма. Међутим, доследна примена идеалних индикатора захтева улагање огромног напора у теренска истраживања и израду детаљних студија случаја. Због тога је *UNWTO* поред ових идеалних индикатора предложила и основне индикаторе, који су једноставнији за примену (Слика 2) (Стојановић, 2011).

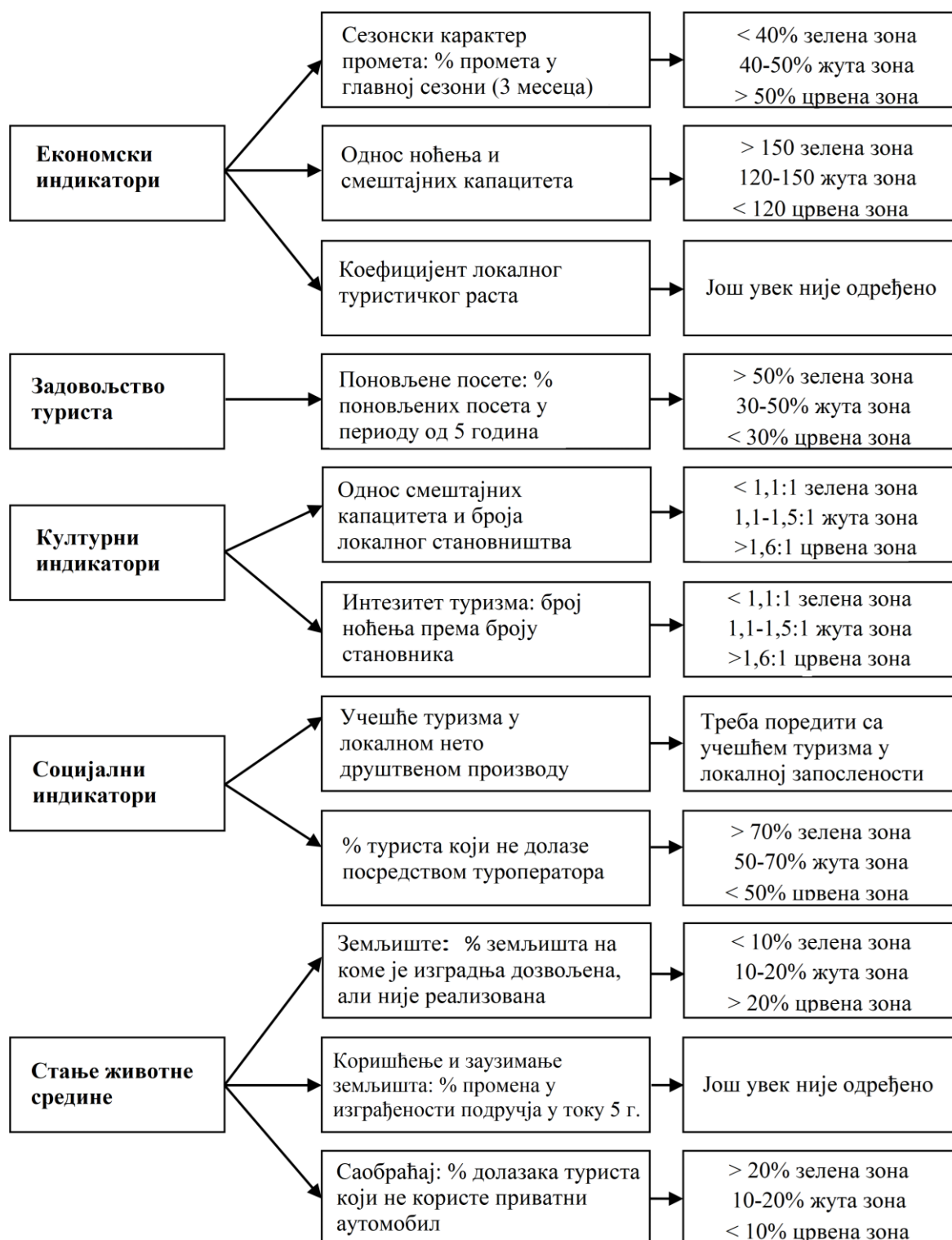
На основу истраживања одрживог развоја туризма у туристичким дестинацијама различитог типа, Европска комисија (енгл. *European Commission*) предложила је пет група индикатора за праћење одрживог развоја туризма који се називају „Компаративни индикатори одрживог развоја туризма” (енгл. *Comparative Indicators of Sustainable Tourism* (Слика 3). Познати су и као „индикатори упозорења”, јер се њихова примена заснива на „систему кодирања који за сваки индикатор утврђује граничне вредности и на основу ког се развој туризма дефинише као *критични* (црвена зона), *подношљиви* (жута зона) или *одрживи* (зелена зона)” (Jovičić & Pić, 2010, стр. 280).

Слика 2. Основни индикатори одрживог развоја туризма *UNWTO*-а

Компоненте животне средине	<ul style="list-style-type: none"> •% националне територије који је стављен под одређени вид заштите, број заштићених добара или места
Носећи капацитет туристичког простора	<ul style="list-style-type: none"> •постојање система за категоризацију националне територије на основу еколошких критеријума, величина националне територије која је категорисана
Ниво притиска – еколошки и културни	<ul style="list-style-type: none"> •количина и % отпадних вода која се примарно пречишћава, количина створеног чврстог отпада по туристи, број угрожених врста флоре и фауне, површина или % државне територије која се налази под природном шумом, количина чврстог отпада који стварају предузећа
Интензитет развоја туризма	<ul style="list-style-type: none"> •број туриста/ноћења, однос између броја туриста и локалног становништва, за државу у целини и по туристичким регионима и местима, просечна дневна туристичка потрошња, укупан и нето приход по основу туризма, потрошња питке воде по становнику, величина територије/капацитета чији су власници или управљају њоме туристичка предузећа
Утицаји/контаминација рецептивних области	<ul style="list-style-type: none"> •количина колиформних честица на плажама – или број дана када су плаже затворене за посете, индекс загађености ваздуха базиран на стандардима Светске метеоролошке организације, који показује број дана у којима измерене вредности одступају од прописаних стандарда
Мерење реакције еколошке и културне средине на спољне притиске	<ul style="list-style-type: none"> •листа угрожених места, учесталост криминала услед туризма, број или % локалног становништва који говори страни и матерњи језик, % радне снаге ангажован у туризму, % радне снаге запослене у туризму који је локалног порекла, % прехранбених производа који су купљени/произведени у земљи или њеном одређеном региону
Ефикасност коришћења материјала и енергије	<ul style="list-style-type: none"> •потрошња енергије по туристичком ноћењу, % енергије, произведене на националном или регионалном нивоу која се потроши у туризму (мисли се на кључне привредне субјекте), % отпада насталог туристичким привређивањем који се рециклира
Институционална организованост/управљачке активности	<ul style="list-style-type: none"> •регулатива у области стварања и третмана чврстог и течног отпада/отпадних вода, постојање стратегије или плана одрживог развоја туризма, ниво инвестирања у програме усмерене на развој туризма који је усклађен са захтевима заштите животне средине, односно, заштиту и очување туристичких вредности
Мерење ефикасности управљачких активности	<ul style="list-style-type: none"> •промене у заштићеним добрима, промене на листи угрожених области, односно, угрожених биљних и животињских врста, промене у нивоу присутних полутаната који су предмет мониторинга
Ниво активности усмерених ка будућем развоју (стратегије, планови)	<ul style="list-style-type: none"> •присутност планова и других докумената којима се одређује одрживи развој туризма на националном, регионалном и локалном нивоу
Међународна сарадња	<ul style="list-style-type: none"> •број заштићених добара која се налазе на листи <i>UNESCO</i>-а, потписивање и ратификацију конвенција о климатским променама, биолошкој разноврсности, заштити природне и културне баштине

Извор: Стојановић (2011, стр. 230-233)

Слика 3. Компаративни индикатори одрживог развоја туризма



Извор: Вучетић (2010, стр. 25); Милићевић et al. (2021, стр. 740); Стојановић, (2011, стр. 229)

3.3. Примери одрживог развоја туризма

У пракси примена принципа одрживог развоја још увек не наилази на потпуно идеалне примере. На различитим нивоима усвајају се стратешки документи који треба да воде туристичке дестинације до циљева одрживог развоја туризма. Љубљана (Словенија) је захваљујући својој стратегији одрживог развоја достигла имиџ *зелене* дестинације. Развој одрживог туризма је главни фокус Љубљане, те нуди одличне могућности за одрживи туризам. Ова дестинација има за циљ да постане атрактивна, *зелена*, еколошки прихватљива дестинацију коју одликује висок квалитет живота како за грађане тако и за њене посетиоце. Љубљана је 2016. године проглашена за *зелену* престоницу Европе, а већ 2018. године освојила награду за одрживи туризам у оквиру избора за *Европску престоницу паметног туризма 2019*. Добитник је *Slovenia Green Destination Platinum* награде, а поред тога бројни њени хотели и туристичке агенције имају међународне потврде одрживог развоја (*B&B Hotel Ljubljana Park, Hostel Celica, Ljubljana Castle and the Visit Goodplace, Intours u Roundabout agencies*). Око 20% природних подручја је заштићено и поседује чак 542 m^2 зелених површина по становнику. Једна од кључних активности које доприносе заштити животне средине јесте забрана саобраћаја у центру града и то још 2008. године. Туристи могу да обиђу центар електричним туристичким возом или електричним возилом званом *Kavalir*. Генерално посматрано, интензивно се у овом граду ради на развоју одрживих облика превоза. Јавни превоз, паркинг и све већи број других услуга могуће је платити једном бесконтактном платном картицом *Urbana*, чиме се олакшава приступ јавном превозу и осталим услугама. Постоји могућност да више људи користи један електрични аутомобил, чиме се омогућава заједничко коришћење истог превозног средства. Јавни аутобуси су такође еколошки прихватљиви, а многи од њих користе метан. Поред тога у Љубљани се често као превозно средство користи бицикл. Све већи број јавних површина, али и градских аутобуса, прилагођен је за особе са инвалидитетом. Посетиоци Љубљане са смањеном покретљивошћу могу да користе мобилну апликацију *Ljubljana by Wheelchair mobile app*. Љубљана се може похвалити највећом стопом одвајања отпада по домаћинству у Европској унији (69,5% у 2020. години). Контејнери за отпад у центру града налазе се под земљом. Љубљана кроз пројекат „Зелени ланци снабдевања” подстиче употребу локално произведене хране у хотелима и ресторанима по принципу „Од локалне њиве преко локалне трпезе, до госта”. Улажу се напори да се смањи притисак сезоналности туризма, тако што се организују догађаји, попут фестивала хране и вина у новембру под називом „November Gourmet Ljubljana Food and Wine Festival”. Редовно се врши мониторинг одрживог развоја, јер прате кључне индикаторе одрживости (*Visit Ljubljana, 2022*). Генерално, Словенија је препозната као *најзеленија дестинација у Европи*, јер је око 60% покривена шумом и 53,6% њеног земљишта је заштићено, што је чини европском земљом са највећим процентом такве територије. У 40 паркова и резервата у Словенији има велики број уређених планинарских стаза са којих се може видети око 20.000 различитих биљака и животиња (*Eaglecreek, 2022*). У Словенији, у Термама Олимиа се налази и *глампинг центар* под називом „Glamping Olimia Adria Village”. *Глампинг* подразумева смештај у луксузним шаторима који се граде у складу са принципима одрживог развоја, од природних материјала (дрво, камен, платно и

слично). У овом *глампинг* центру све је базирано на лековитој термоминералној води (која се користи и у базенима) и очувању животне средине. Постоји систем одвајања отпада и најсавременије постројење за еко-пречишћавање отпадних вода (My Green Style, 2022).

У циљу побољшања имплементације одрживог развоја, *Глобални дестинацијски покрет за одрживи развој* (енгл. *Global Destination Sustainability Movement*) формирао је *Глобални дестинацијски индекс одрживости* (енгл. *Global Destination Sustainability Index*). Овако дефинисан индекс одрживости подржава дестинацијске менаџмент организације да усвоје, промовишу и препознају успешне праксе одрживог развоја. Процењују се четири кључне области од виталног значаја за одрживи развој дестинације, то су: стратегија одрживог развоја и инфраструктура (животна средина); перформансе друштвене одрживости; подршка добављачима; стратегија и иницијативе за управљање дестинацијом. На основу те процене на годишњем нивоу објављује се листа водећих *одрживих* дестинација. У 2021. години, већ пету годину за редом, водећа дестинација је Гетебург (*Göteborg*) град у Шведској (Global Destination Sustainability Movement, 2022). Овај град је познат по примени савремене технологије од које грађани и туристи имају користи. Успостављен је систем за ефикасно дугорочно планирање туризма и промоцију јавно-приватног партнерства. Такође, користе системе јавног превоза оријентисане на будућност, са циљем да до 2030. имају 100% транспорт без емисије штетних гасова, транспорт оптимизован за све грађане и наменске платформе за заштиту животне средине. Чак 92% градских хотела и 100% објеката за састанке поседују *зелене* сертификате, а догађаји који се одржавају у граду имају користи од јединственог алата под називом *Калкулатор утицаја догађаја* (енгл. *Event Impact Calculator*), који је настао као резултат локалних технолошких и научних партнерстава који предвиђа потенцијалне еколошке утицаје догађаја и подржава организаторе да вреднују догађаје са економске, социјалне и еколошке тачке гледишта (European Capitals of Smart Tourism, 2021). Треба напоменути да се сагледавањем резултата *Глобалног дестинацијског индекса* за 2021. годину, примећује да је покрајина Тирол у Аустрији на водећем месту за област стратегије одрживог развоја и инфраструктуре (животна средина). Тирол је познат по организовању *зелених* догађаја, у оквиру којих промовише одрживи развој туризма и у оквиру којих се презентују идеје туристима како да смање отпад и емисије издувних гасова. Такође, покренута је иницијатива под називом *Tirol on Rail* којом мотивишу туристе да користе железницу за путовање кроз Тирол, како би се смањила емисија штетних гасова. Још једна важна *зелена* иницијатива је *Чист алпски регион* (енгл. *Clean Alpine Region – CLAR*), која подржава тиролске туристичке дестинације у спровођењу мера у области заштите животне средине, смањењу утицаја климатских промена, примене одрживих извора енергије (Global Destination Sustainability Movement, 2021; Tyrol, 2022).

Костарика је дестинација која такође има позитивне примере одрживог развоја туризма. Бројне *зелене* иницијативе ове земље укључују градњу без негативних утицаја по животну средину, органску пољопривреду и укључивање локалног становништва у развој туризма. На пример, у резервату природе *Samasati* градња је могућа без тешке

механизације, без сече дрвећа, запошљава се само локално становништво и профит је усмерен ка локалном становништву и њиховом развоју. Овај резерват природе познат је по екотуризму и авантуристичком туризму. Пример за успешну имплементацију принципа одрживог развоја у Костарики је и хотел *Almonds and Coral*. Награђен је највишим нивоом еко сертификата. Чува природу тако што укључује принципе зелене градње, рециклажу, не користе хемијска ђубрива или средстава за убијање корова, одваја се отпад на онај који се може рециклирати и поново користити и на онај који се не може рециклирати и поново користити. Направљен је и специјални систем за пречишћавање отпадних вода и постоји строга политика очувања и заштите животне средине (Sustaining Tourism, 2022).

Il Ngwesi Group Ranch у Кенији је добар пример укључивања локалне заједнице у одрживи развој туризма. Ранч Обухвата територију површине 8.645 *ha*, која је у власништву и под управом локалног становништва (популација од скоро 7.000 Масаи сточара). Својим трудом освојили су бројне награде за одрживи развој туризма. Ранч је изграђен од локалних материјала и обухвата шест викендица. Туристи обилазе ово место пешице, на камили или традиционалним сафари возилом. Приход од туризма директно добија локално становништво. До данас су та средства искоришћена за изградњу инфраструктуре, школа, за стипендирање школовања младих и здравствене услуге (United Nations Development Programme, 2012).

3.4. Проблеми у примени принципа одрживог развоја у туризму

Бројне туристичке дестинације улажу напоре да имплементирају одрживе праксе, али се комплексност туризма огледа и у чињеници да одрживи развој зависи од учешћа свих стејкхолдера, доводи до потешкоћа. Комплексност туризма се може најбоље представити уз помоћ приказа туризма као система који је дефинисао Leiper (1979). Дефинисан систем туризма обухвата туристе, туристичку привреду, као и географске елементе у оквиру којих се реализују путовања. Туристи представљају базни елемент у овом систему, док са друге стране туристичка привреда обухвата бројне елементе туристичке понуде (организације и предузећа у туризму). Географски елементи се односе на емитивну регију, транзитну регију и рецептивну регију. Поред претходно наведених елемената, у систем туризма треба укључити и факторе који делују из окружења, попут политичких, економских, социо-културних, технолошких, еколошких и других (Leiper, 1979; 2004). Одрживи туризам подразумева интегрисање свих наведених елемената туризма и успостављање сарадњу између различитих укључених субјеката и узимање у обзир прилика које долазе из окружења, због чега је примена одрживог развоја у туризму изузетно сложена. Елементи система туризма су међузависни и остварују међусобне односе и утицаје, због чега одрживи развој туризма треба да укључи све елементе туристичког система (Nematpour & Faraji, 2019).

Одрживи туризам у пракси захтева имплементацију његових принципа у различитим облицима ослањајући се на моралне и друштвене вредности, што често доводи до питања правилности у имплементацији одрживог развоја, али и сумње да ли је у

питању само маркетиншки трик који ће привући нове туристе (Cuculeski *et al.*, 2016). Само стремљење ка економском просперитету може успорити дестинације ка достизању циљева одрживог развоја. Појава масовности и сезоналности у туризму ствара огромне притиске на туристичку дестинацију, које је тешко контролисати. Модернизација доводи до превелике изградње, производње различитих производа и представља незаустављив процес који често доводи до последица за природу и културу различитих дестинација. Поред тога, имплементација одрживог развоја подразумева и велике промене које захтевају огромна улагања, темељне планове и усклађеност тих промена на различитим нивоима (међународном, националном, регионалном и локалном). Неке од кључних препрека за примену принципа одрживог развоја у туризму приказане су у Табели 1.

Табела 1. Проблеми у остваривању циљева одрживог развоја туризма у туристичкој дестинацији

Економски проблеми	Економски просперитет (који се остварује кроз економски раст и отварање нових радних места) већи је национални приоритет од очувања природних и културних ресурса.
	Од масовног туризма се не одустаје лако због великих прихода.
	Иако туризам привлачи велика улагања за развој инфраструктуре, често не обезбеђује даља текућа средства за њено одржавање.
Структурни проблеми	Недостатак снажног националног оквира одрживог развоја у који би се туризам могао уклопити.
	Слаб институционални оквир са неадекватним механизмима контроле.
	Неусклађено планирање туристичког развоја и носећег капацитета туристичке дестинације са њеним ресурсима и могућностима пружања одређених услуга (на пример: снабдевање струјом и водом). Туризам је често једина опција за економски развој одређеног места, иако то место не поседује средства која су потребна да би туристичка дестинација развијала одрживи туризам.
Проблеми у вези туризма	За развој туристичких атракција најлакше, најјефтиније и најбрже је искористити природне и социо-културне вредности дестинације, које се због тога превише експлоатишу.
	Недостатак разумевања шта је туризам и како функционише, најчешће од стране инвеститора. Недостатак посвећености очувању животне средине и културе домаћина од стране кључних стејкхолдера у туристичкој дестинацији.
Проблеми у вези локалног становништва	Локално становништво које ради у туризму не схвата у потпуности утицаје туризма.
	Туризам може бити наметнут локалном становништву од стране доминантне етничке, културне или пословне групе, или од стране политичких лидера.

Извор: McKercher (2003, стр. 6, 7)

Примећено је да постоји неусклађеност теорије и праксе приликом примене одрживог развоја туризма у туристичкој дестинацији. У пракси су социо-културни утицаји,

посебно утицаји туризма на локално становништво ретко у фокусу, за разлику од економских и еколошких утицаја туризма, што није у складу са дефиницијом одрживог развоја туризма. Поред тога, велики проблем у пракси је сарадња кључних стејкхолдера у примени принципа одрживог развоја. Сви стејкхолдери морају да учествују у одрживом развоју, јер у супротном може доћи до различитих проблема, као што су (Jovičić, 2014, стр. 301):

- Уколико нека предузећа у туризму не прихвате да је у њиховом интересу да прилагоде своје пословање принципима одрживог развоја туризма, напори осталих стејкхолдера неће имати адекватне ефекте.
- Тешко је очекивати заинтересованост и активну улогу осталих стејкхолдера у спровођењу одрживог развоја, онда када јавни сектор није вољан да спроводи политику одрживог развоја.
- Ако локално становништво не препозна краткорочне и дугорочне користи које доноси политика одрживог развоја, јавни сектор неће имати кључну подршку у одрживом развоју туризма.
- На крају, ако одрживи развој туризма не доводи до адекватног задовољења потреба туриста, они могу изабрати другу дестинацију уместо дестинације која се труди да поштује принципе одрживог развоја.

**II ДЕО: ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА – ОСНОВНА ЈЕДИНИЦА
ИЗУЧАВАЊА У ТУРИЗМУ**

1. Концепт туристичке дестинације

1.1. Појам и дефинисање туристичке дестинације

Термин туристичка дестинација потиче од латинске речи *destinatio* (одредиште). Сматра се да је овај термин преузет из терминологије ваздушног саобраћаја. У англосаксонској литератури је у употреби и термин *resort*, што означава „место за одмор” (Јовичић, 2011, стр. 4; Милићевић и Штетић, 2022, стр. 197; Попеску, 2011, стр. 25), што сугерише да туристичка дестинација није само одредиште, односно циљ путовања. Већина туристичких активности дешавају се у одређеној туристичкој дестинацији, због чега се дестинација посматра као основна јединица изучавања у туризму (Pike, 2012). Иако представља кључни концепт у туризму, још увек не постоји званична дефиниција туристичке дестинације са којом би се усагласили како научници, тако и остали стручњаци у области туризма. Saraniemi и Kylänen (2010, стр. 133) истичу да постоје четири различита приступа у дефинисању туристичке дестинације:

- Географско-економски приступ – према којем је туристичка дестинација дефинисано географско подручје (држава, острво, град и слично).
- Маркетиншки приступ – у оквиру којег се туристичка дестинација посматра као производ у туризму.
- Приступ оријентисан ка туристима – који подразумева да туристичка дестинација мора да поседује одређену туристичку понуду која је намењена туристима, и да на тај начин њима пружа вредност.
- Социо-културни приступ – за разлику од неких традиционалних приступа који посматрају дестинацију као пасивни елемент у туризму који се мења под утицајем промена из окружења, према овом приступу туристичке дестинације су социо-културни простори, које мења локално становништво заједно са осталим интерним факторима.

Framke (2001) дефинише туристичку дестинацију као географско подручје које садржи природне и културне карактеристике и туристичку понуду, у виду објеката, производа и услуга у области саобраћаја и угоститељства. Туристичка дестинација се најпре посматра као географски дефинисан простор, али се такође посматра као производ и бренд (Tan *et al.*, 2013). Тако Buhalis (2000) посматра дестинацију као амалгам туристичких производа и услуга који потрошачима, односно туристима нуди интегрисану туристичку понуду, пружајући им јединствено искуство. Према Morrison-у (2019, стр. 3) туристичка дестинација је географско подручје које привлачи туристе и које садржи следеће карактеристике:

- Туристичка дестинација је географски простор одређен границама, па тако може бити земља, покрајина, регион, град или неко друго место унутар државе.
- Туристичка дестинација је место где туриста може користити различите објекте за смештај (хотели, мотели, али и други облици смештаја).
- Туристима су на располагању бројни туристички садржаји (ресторани, барови, туристичке атракције, догађаји и друго).
- Потребан је маркетинг менаџмент туристичке дестинације.

- Поседује координирајућу организациону структуру попут дестинацијских менаџмент организација које воде и координирају активностима у вези туризма.
- Туристичке дестинације имају имиџ, прецизније у свести туриста и потенцијалних туриста се креира одређена слика о дестинацији. Такве слике могу бити тачне или нетачне.
- Постоје посебни закони и прописи који се односе на различите аспекте туризма.
- Туристичка дестинација има велики број стејкхолдера, а то су: туристичка привреда, јавни сектор, непрофитне организације, локално становништво, туристи и други субјекти који имају неког интереса од развоја туризма.

Saarinen (2004) истиче да туристичка дестинација није само простор који се састоји од одређених елемената туристичке понуде, већ представља просторну структуру које су креирале одређене друштвене снаге, системи и односи. Тако дефинисане туристичке дестинације као социо-културне структуре склоне су интерној и екстерној трансформацији. Поред тога, туристичка дестинација се може посматрати као систем састављен од различитих компанија, удружења и организација, чији су међусобни односи динамични. Самим тим укључује широку мрежу стејкхолдера који су повезани туризмом (Baggio *et al.*, 2010).

Традиционално, туристичка дестинација је дефинисана као географско подручје одређено административним границама. Према савременом приступу границе туристичке дестинације одређује туристичка тражња, односно границе дестинације нису чврсто одређене (Милићевић и Штетић, 2022). У вези с тим, Koestantia *et al.* (2014) дефинишу туристичку дестинацију као област без административних ограничења у оквиру које су елементи туризма међусобно повезани и интегрисани на системски начин, тако да покрећу туристичку привреду и мотивишу туристе да бораве у тој дестинацији.

Имајући у виду да током свог путовања туриста може посетити више места, интересантно је виђење *UNWTO* која приликом статистичке анализе података у туризму идентификује главну дестинацију туристичког путовања као кључно одредиште путовања. Уколико туриста не може тачно да одреди која дестинација је кључно одредиште путовања, онда се за главну дестинацију узима она дестинација у којој туриста највише проводи времена. Уколико се деси да туриста не може ни на тај начин да идентификује главну туристичку дестинацију, онда се посматра дестинација која је најудаљенија од места сталног боравка туристе (*UNWTO*, 2010).

Бројни елементи, велики број стејкхолдера, процеса и појава које туристичка дестинација обухвата отежава њено дефинисање. Поред тога, на њено дефинисање утиче специфичност која се односи на то да обухвата неопипљиве социо-културне елементе, имиџ појединачних елемената туристичке понуде, као и свеукупни имиџ дестинације. Туристичке дестинације се међусобно разликују и не представљају константне физичке појаве, већ се мењају под утицајем различитих фактора из интерног и екстерног окружења. Због тога је и потребно њено дефинисање са

различитих аспеката и не треба тежити једној константној дефиницији већ њеном континуираном изучавању у складу са променама у којима се развија.

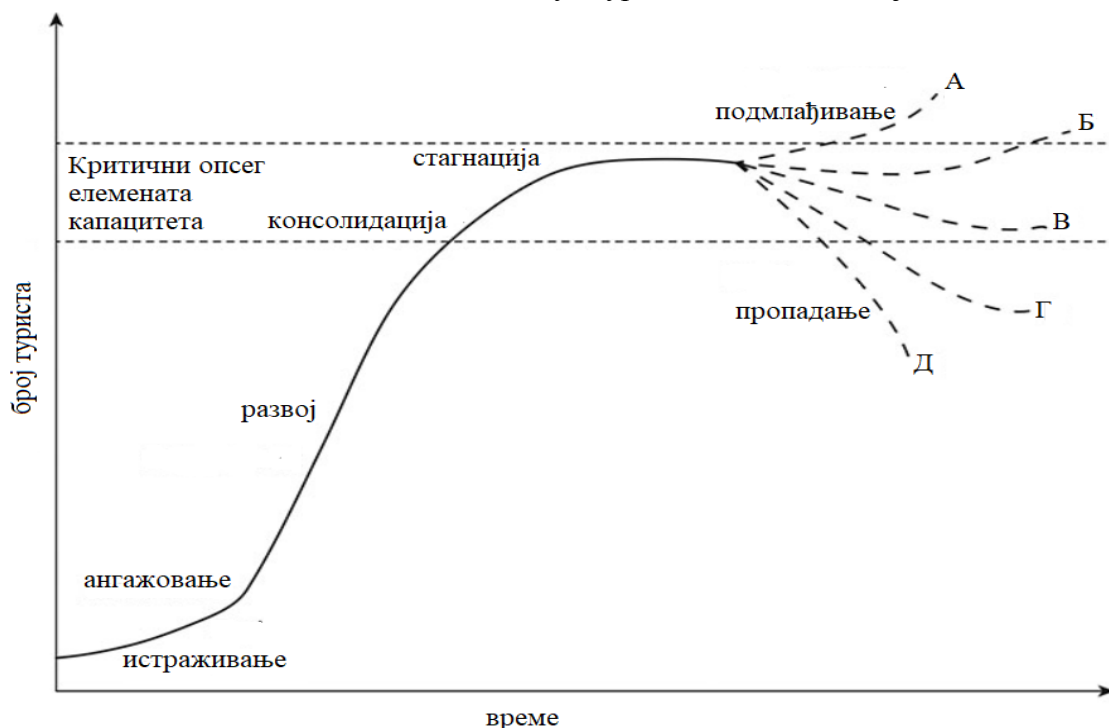
1.2. Животни циклус туристичке дестинације

Теорија животног циклуса производа (енгл. *Product Life Cycle – PLC*) заступљена је у туризму, посебно у циљу анализирања развоја туризма у дестинацији (Kozak & Martin, 2012; Kristjánsdóttir, 2016; McKercher, 2005; Tularam & Nejad, 2010). У том контексту, туристичка дестинација се посматра као производ на туристичком тржишту који пролази кроз одређене фазе развоја, односно фазе животног циклуса. Животни циклус производа, односно туристичке дестинације састоји се од четири фазе (Kozak & Martin, 2012, стр. 189):

- фазе настанка, односно увођења производа, када дестинација представља *тајну* за коју зна мали број туриста, коју они затим препоручују својим пријатељима и рођацима.
- фазе раста која представља прилику за економски раст, због чега се све више улаже у изградњу инфраструктуре и супраструктуре у складу са потребама туриста.
- фазе зрелости која настаје када успорава стопа раста туриста и понуда дестинације све више почиње да личи на туристичку понуду других сличних дестинација.
- фазе опадања, када дестинацију посећује мањи број туриста него у претходној фази. Долази до пада прихода и уочава се забринутост због негативних утицаја туризма на животну средину. До пада у туристичком промету може доћи услед иницијатива локалног становништва за смањење броја туриста. Ова фаза не доводи нужно до потпуног пропадања туристичке дестинације на тржишту, већ може намерно (планираним акцијама) да се иновира туристичка понуда или случајно.

Најзначајнији допринос у изучавању развоја туристичке дестинације дао је Butler (1980) који је на основу нивоа изграђености инфраструктуре и броја посетилаца дефинисао неколико фаза животног циклуса туристичке дестинације (енгл. *Tourist Area Life Cycle Model – TALC*) (Слика 4). Овако предложени модел имплицира да постоји прилично јасан прелазак из једне фазе у другу. Иако постоје потешкоће у идентификацији ових фаза у пракси, модел се користи за приказивање и структурирање развоја туристичке дестинације. У предложеном моделу животног циклуса уочава се да је за прве две фазе карактеристична употреба ресурса и власништво у туризму на локалном нивоу, да би се кроз даље фазе развоја укључили и остали екстерни стејкхолдери на различитим нивоима (регионални, национални и међународни) (Nordin & Westlund, 2009).

Слика 4. Животни циклус туристичке дестинације



Извор: Butler (1980, стр. 7)

Кључне карактеристике фаза животног циклуса туристичке дестинације према Butler-у (1980, стр. 7-9) су следеће:

- Истраживање – дестинација још увек нема довољно изграђену инфраструктуру и супраструктуру за прихват туриста, јер је тек откривена као место које има потенцијал за развој туризма. Мали број туриста је истражује користећи углавном објекте, производе и услуге који су намењени локалном становништву и не остављајући негативне последице на животну средину;
- Ангажовање – улажу се напори за туристичку валоризацију природних и културних ресурса дестинације. Постоје иницијативе за обогаћивање туристичке понуде дестинације. Инвестира се у развој туризма и повећава се број туриста;
- Развој – повећава се број смештајних капацитета, објеката за забаву и разоноду али и осталих објеката, производа и услуга намењених туристима. У главној туристичкој сезони број туриста често је већи од броја локалног становништва. Туристичка дестинација је популарна на туристичком тржишту, али велики број туриста може премашити носећи капацитет што доводи до бројних последица убрзаног развоја. Због тога је неопходно размишљати о управљању и планирању одрживог развоја туризма.
- Консолидација – карактерише даљи раст броја туриста у туристичкој дестинацији, али је стопа раста нижа. Улажу се напори за продужење туристичке сезоне. У туристичкој дестинацији често су присутне познате франшизе у области туризма и угоститељства, нарочито хотелски ланци. Примећује се незадовољство локалног становништва због развоја туризма, посебно оних који немају користи од таквог развоја.

- Стагнација – у овој фази се могу јавити озбиљнији економски, социо-културни и еколошки проблеми услед развоја туризма, када је достигнут максималан број туриста. Туристичка дестинација која се налази у фази стагнације има изграђен препознатљив имиџ, али није више модерна на туристичком тржишту. Природне и културне атрактивности могу бити замењене *увезеним, вештачким*, односно изграђеним атракцијама. Иако се ослања на поновљене посете, потребни су напори како би туристичка дестинација опстала на тржишту.
- Пропадање или подмлађивање – након фазе стагнације могуће је уочити чак пет различитих фаза чије карактеристике варирају између потпуног пропадања и подмлађивања туристичке дестинације, у зависности од броја туриста (Слика 4, опција А, Б, В, Г, Д). У фази пропадања туристичка дестинација више није атрактивна на тржишту због чега губи туристичку тражњу, док објекти намењени туристима добију нову функцију (на пример: хотели постају домови за пензионере). Фаза подмлађивања подразумева најчешће развој нових атракција, које су углавном изграђене, попут спортских и забавних, али могу бити и природне или културне атракције. Може се развити нова алтернативна врста туризма, уколико туристичка дестинација има такав потенцијал.

Животни циклус представља почетну тачку у анализи туристичке дестинације (Page, 2007), јер пружа значајне информације за доношење одлука у вези будућег туризма (Piuchan, 2018). Уз помоћ оваквог модела могу се сагледати фазе развоја туризма у дестинацији, али исувише генерализовано и једноставно приказано (Butler, 2006). Чињеница је да у пракси постоје бројни специфични и јединствени случајеви који се не могу лако уклопити у овакав приказ фаза, због чега треба радити на унапређењу овог модела.

Поред претходних приказаних модела животног циклуса туристичке дестинације, треба напоменути да се он може посматрати и на основу типологије туриста коју је дефинисао Plog (1974). Сваком дефинисаном типу туристе (алоцентрични, центрични и психоцентрични) одговара одређена фаза животног циклуса дестинације. На почетку, када је дестинација у фази истраживања посећују је туристи који су авантуристичког типа који трагају за новим, егзотичним дестинацијама, што одговара алоцентричним туристима. Центрични туристи се опредељују за стандардизоване услуге, које су карактеристичне за касније фазе развоја животног циклуса. Познате дестинације и уобичајене туристичке аранжмане желе психоцентрични туристи, и они су карактеристични за дестинације које се налазе у фази зрелости, након које следи фаза опадања (Вујичић Ђорђевић, 2016; McKercher, 2005; Piuchan, 2018). Уводећи типологију туриста у животно циклус добија се комплетнија слика развоја туризма у дестинацији, јер се поред тога шта се дешава на страни потражње, описује и тражња. Ипак, и овај модел треба унапредити, јер се у литератури указује на његова бројна ограничења (Piuchan, 2018).

1.3. Елементи туристичке дестинације

Елементи туристичке дестинације су разноврсни и бројни, због чега се у литератури налази на многобројне поделе. Како је структура елемената туристичких дестинација комплексна, треба поћи од основних појмова значајних како за теорију, тако и за праксу, а то су туристички ресурси и туристичке атракције (Јовичић и Бранков, 2009). Разлика између ресурса и атракција у туризму огледа се у томе што ресурси представљају могућност, односно потенцијал за развој туризма, док атракције јесу преобработени ресурси, које настају деловањем одређених човекових активности у складу са политиком развоја туризма (Попеску, 2011). Треба напоменути да туристичке атракције могу бити и у потпуности изграђене (Navarro, 2015).

Најједноставнија подела елемената туристичке дестинације је на примарне односно изворне и секундарне односно изведене елементе. Примарни (изворни) елементи подразумевају географски положај, природне елементе (флору, фауну, климу и слично), друштвене елементе (језик, фолклор, традиција и слично) и основна инфраструктура (саобраћајни положај, саобраћајна повезаност, комунална опремљеност и слично). У секундарне (изведене) елементе спадају објекти намењени за боравак туриста (смештајни објекти, ресторани, објекти за забаву и разоноду и слично) (Попеску, 2007). Примарни елементи се разликују од секундарних по томе што се за њихово коришћење обично не плаћа нека одређена накнада, и не могу се мењати у кратком року, па чак и ни у дужем временском периоду (Милићевић и Штетић, 2022).

Mill и Morrison (2009) елементе туристичке дестинације описују као дестинацијски микс који се састоји од: атракција, објеката, инфраструктуре, саобраћаја и угоститељства. *UNWTO* (2012) дефинише шест елемената од којих се састоји туристичка дестинација:

- Погодности које обухватају различите објекте, производе и услуге које омогућавају боравак туриста у дестинацији;
- Приступачност односно доступност туристичке дестинације различитим видовима саобраћаја.
- Туристичке атракције које мотивишу туристе да посете дестинацију;
- Цена која обухвата новчану вредност како појединачних производа и услуге у дестинацији, тако и укупну цену интегрисаних садржаја туристичке понуде дестинације.
- Људски ресурси који су основа за постојање услуга у туризму и од којих умногоме зависи квалитет туристичке понуде.
- Имиџ туристичке дестинације, односно ментална перцепција коју туристи и потенцијални туристи имају и на основу које посећују туристичку дестинацију.

Постоје елементи туристичке дестинације које се скраћено обележавају са 4A (Adnyana *et al.*, 2022; Arif *et al.*, 2019; Cooper *et al.*, 2005): приступачност (енгл. *Accessibility* – повезаност са емитивним тржиштима), рецептивни садржај и услуге (енгл. *Amenities* –

објекти за трговину, смештај, забавни садржаји, као и остале услуге), атракције (енгл. *Attractions* – природне и друштвене туристичке атракције) и помоћне услуге (енгл. *Ancillary Services* – маркетиншке услуге, активности дестинацијских менаџмент организација и друго). Овој подели се могу додати још два елемента туристичке дестинације, то су: доступни пакет аранжмани (енгл. *Available Packages* – укључују услуге организовања пакет аранжмана који подразумевају јединствен садржај елемената туристичке понуде) и активности (енгл. *Activities* – односе на све активности доступне туристима током њиховог боравка у дестинацији), због чега се ова проширена подела обележава са 6А.

Према Бакићу (2005, стр. 117) туристичка дестинације се састоји из следећих елемената: „атрактивних (природне и друштвене туристичке атрактивности), приступачних (географска дистанца – удаљеност од емитивних тржишта, саобраћајна повезаност туристичке дестинације и економска дистанца – трошкови доласка до дестинације) и рецептивних (разне услуге смештаја, исхране, забаве, разоноде, рекреације и слично)”.

Туристичке дестинације се међусобно разликују по специфичној мешавини елемената. Недовољан квалитет појединачних елемената може довести до пада свеукупног доживљаја туриста туристичком дестинацијом. Микс елемената туристичке дестинације и њихов квалитет требало би да задовољи очекивања туриста, али не треба заборавити да су елементи туристичке дестинације на располагању и локалном становништву и да не треба занемарити њихове потребе и жеље.

1.4. Типови туристичких дестинација

Постоје различити типови туристичких дестинација који најчешће зависе од врсте туризма која се развија у тој дестинацији. Туристичке дестинације могу бити приобална подручја, урбана или рурална подручја која привлаче туристе који желе да уживају у природним и културним ресурсима и атракцијама. Одређивање јединствене типологије туристичких дестинација није једноставно, јер се једна дестинација може сврстати у једну или више категорија туристичких дестинација (на пример: градска дестинација истовремено може бити дестинација културног туризма, дестинација пословног туризма) (Petroman, 2015).

Са географског аспекта туристичке дестинације се могу поделити на макро и микро дестинације. Макро дестинације укључују континенте, земље, које се састоје од микро дестинација, као што су региони, области, градови и друго (Kotler *et al.*, 2014). Слично се туристичке дестинације могу поделити према њиховој величини на: континенте, међународна подручја, државе, регионе, туристичке локалитете и атрактивна места (Bieger, 2012). С обзиром на то да туриста током свог путовања може посетити више дестинација, туристичке дестинације се могу класификовати и на следећи начин (Khatib, 2016):

- централна дестинација, односно бира се једно место у којој туриста проводи највише времена;
- базна дестинација, односно место у коме борави туриста са циљем истраживања околине базне дестинације;
- *мултицентрична* дестинација, односно два или више места која се посећују приликом путовања;
- туристичке дестинације које представљају обавезне тачке заустављања на туристичким рутама, као што су луке на крстарењима;
- транзитне дестинације, односно места заустављања на путу до коначног одредишта.

Buhalis (2000, стр. 101) разврстава туристичке дестинације у зависности од њихових атрактивности на:

- Урбане дестинације – попут великих градова у које туристи одлазе из културних, пословних спортских, религијских, забавних и других разлога.
- Приморске дестинације – традиционално популарне дестинације за годишње одморе туриста, које имају изражене летњу туристичку сезону и туристи дуже бораве у њима.
- Планинске дестинације – често популарне због зимских спортова и активности, али и чистог ваздуха, природе и разних спортско-рекреативних активности током зимске и летње сезоне.
- Руралне дестинације – које немају висок степен изграђености и урбанизације, већ су природа, аутентичан живот на селу, органска храна, традиција и култура главни мотиви боравка у овим дестинацијама.
- Аутентичне дестинације „Трећег света” – представљају аутентична и недовољно развијена туристичка места најчешће у Азији, Јужној Америци и Африци, која посећују мали број авантуристичких туриста који желе контакт са локалним становништвом у аутентичном окружењу.
- Ексклузивне дестинације – то су јединствене, егзотичне и ексклузивне дестинације (Сејшели, Маурицијус, Бутан).

Према Милићевић и Штетић (2022) овој типологији туристичких дестинација би требало додати бањске дестинације. Карактеристично за ове дестинације је да поседују термоминералне воде, лековита блата или друге природно-лековите факторе. Бање могу бити атрактивне током читаве године, што је случај са европским развијеним бањама. Туристи долазе ради превентиве, куративе, рехабилитације, *spa* и *wellness* третмана. Поред здравственог туризма, који има најдужу традицију, развијају најчешће и спортско-рекреативни и културни туризам (Милићевић и Штетић, 2022).

1.5. Кључни стејкхолдери туристичке дестинације

1.5.1. Идентификација и улога стејкхолдера туристичке дестинације

Туризам се у дестинацијама развија захваљујући бројним субјектима, учесницима у развоју дестинације који се називају интересним групама односно стејкхолдерима (енгл. *Stakeholder*). Стејкхолдери, јесу они субјекти који имају непосредни интерес од развоја туризма, који су укључени или желе да улажу у развој туристичке дестинације. Туристичка дестинација обухвата различите типове комплементарних и конкурентских организација, више сектора, инфраструктуру и низ јавних/приватних веза које стварају разнолику и веома фрагментирану структуру понуде (Pavlovich, 2003). У питању је еклектична комбинација предузећа и људи који имају интерес од развоја туристичке дестинације (Pike & Page, 2014). Према једној од општих подела, учесници у развоју туристичке дестинације могу се сврстати у пет основних група (Милићевић и Штетих, 2022; Попеску, 2011; Cooper *et al.*, 2005):

- Локално становништво – живи у туристичкој дестинацији, због чега туризам директно утиче на њихов живот. Развој туризма локалном становништву може обезбедити радна места, бољу инфраструктуру и квалитет јавних услуга. Поред тога туристичке садржаје који су намењени туристима користи и локално становништво. То су забавни, спортски, рекреативни садржаји, различите услуге угоститељских објеката (*wellness* центри хотела, различита гастрономска понуда), чиме се употпуњује њихово слободно време и доприноси квалитету њиховог живота. Власници малих и средњих предузећа у туризму често су део локалне заједнице и сходно развоју туризма остварују приходе. Такође, нуде своје производе и услуге (пољопривредне производе, рукотворевине, занатске услуге и друге) и неретко нуде услуге смештаја туристима. С друге стране, негативне последице развоја туризма највише трпи локално становништво. Због тога, локално становништво треба да буде укључено у развој туризма, у процес планирања и доношења одлука како би се минимизирале негативне последице по квалитет њиховог живота.
- Посетиоци/туристи – теже јединственом туристичком доживљају. Њихове потребе и жеље су хетерогене, које треба задовољити различитим производима и услугама туристичке понуде дестинације. Траже висок квалитет услуга, разноврстан садржај који ће употпунити њихово слободно време, али и атмосферу која омогућава мир, одмор и релаксацију;
- Туристичка привреда – чији је примарни циљ остваривање позитивних економских ефеката од развоја туризма. Постоје предузећа туристичке привреде која могу бити у власништву локалног становништва или субјеката ван туристичке дестинације. Њихова политика развоја се мора ускладити са политиком развоја туризма дестинације. Такође, туристичка привреда треба пословати одрживо и учествовати активно у решавању проблема и свеукупном планирању туризма туристичке дестинације.
- Јавни сектор – односно држава и њени органи власти на националном, регионалном и локалном нивоу. Поред тога, у ову групу стејкхолдера спадају и

јавне агенције и организације (на пример: агенције и организације за управљање заштићеним природним и културним ресурсима). Циљеви јавног сектора су повећање националног дохотка, повећање запослености, подстицање развоја неразвијених подручја, већи девизни приливи, бољи животни стандард и друго. Јавни сектор има важну улогу у туризму јер финансира изградњу инфраструктуре, дефинише правну регулативу у области туризма, одређује стратегијске оквири развоја туризма и друго. Генерално целокупни јавни систем одређује предуслове за развој туризма и од тих услова зависи и туристички доживљај.

- Остали учесници – јесу различите туристичке асоцијације, привредне асоцијације, религијске организације, невладине и непрофитне организације, образовне и научне институције, интересне групе и групе за лобирање, медије и слично.

Поред претходно наведених група стејкхолдера, *UNWTO* (2005) истиче институције које се баве финансирањем туристичких пројеката; запослене у туризму и синдикате запослених у туризму; центре за едукацију и обуку у туризму; као и друга правна и физичка лица која имају удела у развоју туризма. У литератури се још могу наћи и појединачна посматрања кључних стејкхолдера у оквиру којих се наводе (Sheehan & Ritchie, 2005): хотели, власт на локалном, регионалном и националном нивоу, менаџмент туристичких атрактивности, организације за забаву и разоноду, локално становништво, ресторани, привредне коморе, универзитети, спонзори, авио-компаније, аеродроми, медији, спонзори у туризму, пружаоци производа и услуга у јавном сектору, туристи, дестинацијске менаџмент организације и компаније, туристичке агенције, организације из области уметности културе, спорта, креатори политике и планирања развоја дестинација, волонтери, организације из других привредних делатности повезаних са туризмом, организације за изнајмљивање аутомобила и других саобраћајних средстава и други стејкхолдери.

Интереси стејкхолдера се разликују. Циљ једног стејкхолдера може бити потпуно супротан циљу другог (на пример: туристичка привреда жели већи број туриста, док организација за заштиту животне средине сматра да би већи број туриста премашио носећи капацитет туристичке дестинације). Дестинацијски менаџмент има важну улогу у усклађивању интереса и осигурању равномерне добити свих стејкхолдера, најпре локалног становништва, што значи да треба да обезбеди (Јегдић и сар., 2013):

- добру комуникацију између локалног становништва и туристичког сектора;
- креирање дохотка за заштиту и управљање природним и културним добрима;
- укључивање локалног становништва у процес доношења одлука и друге активности у туризму;
- процену успеха и начина сарадње кључних стејкхолдера.

Локално становништво на овај начин ће имати прилику да се упозна са начином функционисања туристичког сектора, да учествује у планирању што може допринети бољој презентацији културне баштине, већој заштити природних и културних ресурса, као и развоју људских ресурса у туризму.

1.5.2. Теорија стејкхолдера

Значај равноправног учешћа стејкхолдера у развоју туризму, може се најбоље објаснити помоћу *теорије стејкхолдера* (енгл. *The Stakeholder Theory*). Кључно питање које је покренуло *теорију стејкхолдера* је: Ко је заиста важан у једној организационој структури? (Freeman, 1984). *Теорија стејкхолдера* објашњава различите везе између субјеката који имају учешће и интерес у развоју туризма (Donohoe *et al.*, 2015; Wondirad & Ewnetu, 2019). Постоје три аспекта *теорије стејкхолдера* (Donaldson & Preston 1995):

- „Дескриптивни/емпиријски” аспект *теорије стејкхолдера* се користи за описивање неке карактеристике организације (или туристичке дестинације) и њеног развоја са аспекта стејкхолдера (на пример: могу се описати елементи туристичке дестинације, историја развоја туризма, процедуре и политика која се односи на развој и управљање туризмом у дестинацији).
- „Инструментални аспект” идентификује везе или недостатак веза, између менаџмента стејкхолдера и успеха организације (или туристичке дестинације).
- „Нормативни аспект” који представља срж *теорије стејкхолдера*. Идентификација стејкхолдера, са овог аспекта, заснива се на интересу стејкхолдера за организацију, а не обрнуто. Нормативни аспект претпоставља да сви стејкхолдери имају право да буду третирани као циљ, а не као средство за постизање циља.

Теорија стејкхолдера почиње интензивније да се примењује за моделе истраживања у туризму деведесетих година 20. века и данас привлачи пажњу истраживача. Користи се за идентификовање кључних стејкхолдера туристичке дестинације, али и за дефинисање улоге и односа између одређених група стејкхолдера (Martini & Buffa, 2015). Заинтересоване стране се могу поделити у различите категорије и то на основу њихових интереса и потенцијала да утичу на процес доношења одлука у организацији, али и на нивоу туристичке дестинације. Да би се управљало питањима везаним за стејкхолдере у туризму, треба најпре идентификовати стејкхолдере и њихову улогу и доприносе (Heitmann, 2010). Потребно је успоставити адекватан процес управљања стејкхолдерима, а поред тога треба управљати односом између организације, односно туристичке дестинације и њених стејкхолдера (Freeman, 1984). Проблеми се јављају већ приликом идентификације стејкхолдера, јер они не представљају хомогене ентитете, због чега постоје преклапања између група (на пример: локално становништво може бити и власник туристичких предузећа или део менаџмента туристичке дестинације у оквиру јавног сектора) (Tuohino & Konu, 2014). Поред тога квалитативни приступ *теорије стејкхолдера* не може увек на адекватан начин описати динамику односа унутар туристичке дестинације, јер (Martini & Buffa, 2015):

- дескриптивни приступ не обезбеђује индикаторе или алате потребне за мерење веза и интензитет односа између стејкхолдера;
- иако дефиниција стејкхолдера обухвата и појединце и групе, већина студија се концентрише на улоге одређених група стејкхолдера, иако појединачно стејкхолдери могу имати различите улоге и односе, како унутар одређене групе, тако и међу групама;

- често се приликом анализе односа између стејкхолдера туристичке дестинације узима одређена организација као референтна тачка и затим се описују односи између осталих стејкхолдера у односу на ту организацију. Из методолошке перспективе, то значи да је потребно овакве анализе спроводити поново сваки пут када постоји одређени проблем, елемент који треба истражити.

Према овој теорији како би се постигао одрживи развој у туризму мора постојати избалансирана моћ у одлучивању и учешћу свих актера и да се на тај начин створи економска одрживост, друштвена равноправност и еколошки интегритет туристичке дестинације (Seba, 2012). Да би стејкхолдери били успешно и потпуно укључени у развој туризма, требало би одговорити на следећа питања (Byrd, 2007, стр. 11):

1. Ко треба управљати интересима, улогама и односима стејкхолдера у туризму?
2. На који начин треба управљати стејкхолдерима и укључити их у туризам тако да остварују равноправну корист?

Ова теорија генерално посматрано, јасно истиче важност свих стејкхолдера (Theodoulidis *et al.*, 2017). Међутим, приликом примене *теорије стејкхолдера* у туризму, наглашава се да локално становништво има улогу кључног стејкхолдера, јер они највише осећају позитивне и негативне утицаје развоја туризма у дестинацији (Liu *et al.*, 2014; Mbaïwa, 2015). Такође, у складу са основним принципима *теорије стејкхолдера*, у последње време се све више истиче да се суштина одрживог туризма налази у учешћу локалног становништва у развоју туризма, али не само у виду поделе економске користи, већ и кроз њихово активно укључивање у процес одлучивања и управљања у туризму (Wondirad & Ewnetu, 2019).

На *Теорију стејкхолдера* надовезује се и *теорија која се односи на утицаје стејкхолдера* (енгл. *Network Theory of Stakeholder Influences*), у оквиру које се акценат ставља на бројне интеракције које постоје истовремено у окружењу стејкхолдера. Стејкхолдери утичу на једну организациону структуру чији су део, али с друге стране како ће се организација, односно менаџмент туристичких дестинација, односити према овим утицајима и генерално стејкхолдерима, зависи од хетерогене мреже стејкхолдера (Rowley, 1997). Испитивање односа организација и њених стејкхолдера је важно, имајући у виду да се разликују ти односи у зависности од тога о ком појединцу или о којој групи стејкхолдера се ради. Иако има теоријски и практични значај за проучавање односа између више стејкхолдера, предложени теоријски приступ није наишао на примену последњих година (Stocker *et al.*, 2019). У контексту ове докторске дисертације, *теорија која се односи на утицаје стејкхолдера* значајна је јер је неопходно улогу и значај локалног становништва туристичке дестинације посматрати у односу на остале стејкхолдере у туризму, интеракције и појаве које се јављају у туризму. С друге стране, утицаји развоја туризма настају као директан или индиректан резултат активности осталих стејкхолдера у туризму. Стога, ставови локалног становништва о утицајима туризма, али и о подршци за будући развој туризма посредно одражавају њихов однос према осталим стејкхолдерима.

2. Специфичности и значај управљања туристичком дестинацијом

2.1. Менаџмент туристичких дестинација

Менаџмент туристичке дестинације се састоји од координисаног управљања свим елементима који чине туристичку дестинацију. Подразумева стратешки приступ у повезивању ових понекад и одвојених елемената за бољу позиционираност туристичке дестинације на тржишту. Омогућава јединствено и централно координисање активностима у вези са промоцијом туристичке дестинације, пружањем услуга туристима, обуком људских ресурса и идентификацијом проблема који се јављају у развоју туризма (UNWTO, 2022a). Менаџмент туристичких дестинација тежи креирању квалитетнијих услуга у туризму, конкурентности туристичких дестинација и постизању оптималних економских резултата на туристичком тржишту. Како би се креирао квалитетан туристички производ неопходно је да се приликом управљања туристичком дестинацијом координира стејкхолдерима и поспешу њихова сарадња (UNWTO, 2007). Решавање бројних, а понекад и конфликтних питања која се појављују у савременом туризму јесте кључна улога менаџмента туристичких дестинација. Како би се то постигло креирају се партнерства стејкхолдера за развој и управљање туризмом, врши се заједничко стратешко планирање, креирају се заједнички развојни пројекти и заједничка промоција туристичких производа (Milićević & Đorđević, 2017). Задаци дестинацијског менаџмента су остваривање економског раста и одрживог развоја, креирање квалитетног туристичког доживљаја и омогућавање локалном становништву користи од развоја туризма уз смањење негативних утицаја туризма. Дестинацијски менаџмент се најчешће фокусира на следеће активности (Јегдић и Марковић, 2011):

- анализа окружења и праћење промена;
- очување репутације и имица дестинације;
- креирање и комерцијализација туристичке понуде;
- развој нових производа и услуга у туризму;
- управљање догађајима, али и осталим елементима туристичке понуде;
- креирање партнерстава у туризму, укључивањем локалног становништва у процес менаџмента, сарадња јавног и приватног сектора и осталих стејкхолдера;
- мерење конкурентности, најчешће поређењем са бољим дестинацијама на туристичком тржишту (енгл. *Benchmarking*);
- стални мониторинг и процена успешности туристичке дестинације и њеног брендирања.

Дестинацијски менаџмент би требало да посматра туристичку дестинацију као део ширег система, што укључује потребу сагледавања социо-културних, демографских, еколошких, политичких, технолошких, економских утицаја. То даље имплицира да треба размотрити урбанистичко планирање, економску неједнакост, савремену технологију, нова достигнућа у саобраћају и слично. Такође, велики изазов савременог дестинацијског менаџмента је суочавање са последицама *прекомерног развоја туризма* и омогућавање бољег квалитета живота локалног становништва, али и висок квалитет туристичког доживљаја (Fyall & Garrod, 2019).

2.2. Процес планирања у туристичким дестинацијама

Већина туристичких активности се одвија у дестинацији, која чини стуб за сваки туристички систем (Pike, 2008). Како би се туризам довео из неког постојећег у жељено стање путем менаџмента, први корак јесте направити адекватан план. Туристичке дестинације уз помоћ планирања треба да дефинишу циљеве које желе да остваре. Ипак, само дефинисање циљева није довољно како би се они остварили, већ мора бити одређен начин како ће се то урадити. Планирање на нивоу туристичких дестинација представља комплексан процес, јер треба планирати елементе туристичке понуде, начин унапређења, начин управљања стејкхолдерима и друго. Сложеност планирања проистиче из чињенице да се многе ствари не могу лако или не могу уопште предвидети. Због тога овај динамичан процес мора да буде континуиран и отворен за промене које се дешавају свакодневно. Такође, како Илић и Стефановић (2018) истичу појам планирања у туризму је комплексан као и појам туризма.

Планирање се може замислити као скуп идеја и принципа који теже да контролишу људске активности током времена (Gunn & Var, 2020). Планирање у туризму може максимизирати користи туризма за локално становништво, привреду и остале стејкхолдере и промовисати одрживо коришћење ресурса (Adu Ampong, 2019). Према Bianchi (2018) планирање у туризму је настало из потребе за повећањем пословних могућности, због чега се планирање посматра као кључни процес за постизање дугорочне конкурентности и профитабилности туристичких предузећа. Иако значајан процес, требало је доста времена да се планирање имплементира у туризму. То се уочава на основу следећих фаза у развоју планирања у туризму (Rahmafritria *et al.*, 2020):

- Фаза када није постојало дефинисано планирање у туризму (1900 – 1940) – Туризам се развијао на основу дешавања на тржишту, а планирање туризма је била ретка активност.
- Фаза планирања оријентисана на физичке аспекте и туристичке садржаје (почев од четрдесетих до шездесетих година 20. века) – Фокус планирања туризма био је на изградњи физичких објеката за туристе, као што су хотели, ресторани, саобраћајна инфраструктура и друго. Све до шездесетих година 20. века пажња се обраћала само на физичке и економске аспекте туризма. Поред тога, туризам се посматрао као активност која је под контролом приватног сектора.
- Фаза планирања оријентисана на туристичку тражњу (почевши од шездесетих година 20. века) – Туризам почиње стихијски да се развија и осећају се све више последице масовног туризма. Све више држава увиђа економски значај развоја туризма, због чега се улажу напори да се повећа број туриста у дестинацијама. Планирање и политика у туризму у овој фази су резултат преговарања и компромиса између јавног и приватног сектора.
- Фаза планирања оријентисана на носећи капацитет (седамдесетих година 20. века) – Последице масовног туризма су очигледне и довеле су до разматрања носећег капацитета туристичке дестинације. Такође, све више се истиче значај анализе животног циклуса туристичких дестинација, самим тим и значај

планирања. Разматрају се и утицаји туризма на локалну заједницу. Све ово је довело до креирања различитих планских оквира везаних за носећи капацитет туристичке дестинације.

- Фаза планирања одрживог развоја (од осамдесетих година 20. века и још увек траје) – Како се све више извештава о негативним утицајима туризма на животну средину, од осамдесетих година 20. века почињу да се креирају бројне студије, планови и смернице за превазилажење истих. Акцент се ставља на проналажење начина за коришћење природних ресурса у туризму узимајући у обзир ставове локалног становништва и очување животне средине.
- Фаза ангажовања и учешћа локалног становништва у туризму (од деведесетих година 20. века и још увек траје) – Од деведесетих година 20. века истиче се важна улога институционалних и друштвених процеса у планирању туризма. Приликом планирања важно је укључити кључне стејкхолдере, од којих се посебно истиче локално становништво. У пракси су често напети односи између јавног сектора, туристичке привреде и локалног становништва, због чега постоји потреба да се приликом планирања ускладе њихови интереси. Оријентација према локалном становништву чини да се право гласа даје и мањинским групама, и да се на тај начин треба борити против стејкхолдера чији је интерес само већи број туриста, и тежња ка масовном туризму.

Планирање у туризму се може вршити на свим нивоима: на међународном, националном, регионалном, локалном и уже на нивоу просторног планирања локација објеката. Резултат планирања су планови који се на дестинацијском нивоу називају мастер планови, стратегије развоја, у неким државама на енглеском *framework*, *blueprint* и *road map*. Иако се различито називају ови планови обухватају углавном исте елементе планирања попут: циљева, задатака, активности које се морају предузети како би се план остварио, затим дефинисање буџета, опис улога одређених стејкхолдера и слично. Планови у туризму могу се класификовати као (Morrison, 2019):

- Туристички мастер планови: дугорочни планови за 10 или више година;
- Стратегије развоја туризма: средњорочни планови за 5 до 9 година;
- Акциони планови: краткорочни планови за 2 до 4 године.

Планирањем треба интегрисати бројне елементе туристичке дестинације, уважити и ускладити интересе бројних стејкхолдера. Сложеност туристичке дестинације и њена отвореност како за интерне тако и за екстерне промене у окружењу подразумева да мора да постоји флексибилност, континуитет, мониторинг и ревизија у процесу планирања. Без планирања, туризам се у дестинацији може развијати стихијски, што доводи до бројних негативних утицаја туризма на животну средину.

2.3. Организације за управљање туристичком дестинацијом

У управљању туристичком дестинацијом важну улогу имају јавни, приватни сектор али и остали стејкхолдери. Ипак, централну улогу у процесу управљања преузимају субјекти који се формирају као организационе структуре које се у свету називају:

„*Destination Management Organisation, Tourism Organisation, Tourism Office, Tourist Bureau, Convention and Visitor Bureau, Tourism Board*, итд.” (Милићевић и Штетић, 2022, стр. 214). У литератури се овакве организационе структуре најчешће називају дестинацијским менаџмент/маркетинг организацијама – ДМО (енгл. *Destination Management/Marketing Organizations – DMO*). Некада се акроним ДМО односио на дестинацијске маркетинг организације, данас укључује и менаџмент имајући у виду да активности ових организација нису усмерене само на туристичку тражњу, већ и на развој туристичких дестинација (Gretzel *et al.*, 2006). Према UNWTO-у (2007) ДМО могу бити формиране на:

- националном нивоу (енгл. *National Tourism Authorities – NTAs; National Tourism Organization – NTO*) – одговорне су за управљање и маркетинг туризма на националном нивоу;
- регионалном нивоу – одговорне за управљање и/или маркетинг туризма у географском региону дефинисаном за ту сврху, који може, али и не мора бити административно одређен као регион, округ или покрајна;
- локалном нивоу – одговорни за управљање и/или маркетинг туризма мањих географских подручја (градови, бање, планине, села, национални паркови).

На националном нивоу туристичке организације су у форми јавног правног статуса, јавно-приватног статуса или као организације у приватном власништву (Попеску, 2007). Улога ДМО-а није само у управљању маркетингом у туризму, већ има и немаркетиншке улоге у креирању, унапређењу и одржавању конкурентности туристичке дестинације. Само неки од кључних циљева ДМО-а се односе на (Pike, 2007, стр. 45):

- побољшање имиџа туристичке дестинације;
- повећање профитабилности туризма;
- смањење сезоналности;
- обезбеђивање дугорочног финансијског успеха.

Бројни су задаци који се односе на управљање туризмом у дестинацији. Они за које су најчешће задужене ДМО тичу се формулисања, заступања и усклађивања интереса стејкхолдера, креирања и спровођења маркетинг плана туристичких дестинација, формулисања стратегија у туризму и координација различитих активности у развоју туризма туристичких дестинација (Presenza *et al.*, 2005). У координисању и повезивању стејкхолдера туристичке дестинације велику улогу поред ДМО имају и дестинацијске менаџмент компаније – ДМК (енгл. *Destination Management Company – DMC*). ДМК баве се више рецептивним пословима, због чега се налази у самој туристичкој дестинацији и специјализоване су за управљање догађајима, организовање обиласка дестинација, и за друге услуге и активности у туризму на локалном нивоу (Association of Destination Management Executives International, 2022).

2.4. Туристичка политика дестинације

Како би се осигурао складан и динамичан развој туристичке дестинације и дефинисао оквир за развој туризма потребно је дефинисати туристичку политику. Туристичка политика је усмерена на активирање економских и друштвених функција туризма, због чега је потребно дефинисати циљеве и средства у складу са тим (Унковић и Зечевић, 2011). Туристичка политика дестинације се може дефинисати као скуп прописа, правила, смерница, директива и развојних/промотивних циљева и стратегија које обезбеђују оквир у којем се доносе колективне и појединачне одлуке које директно утичу на дугорочни развој туризма, али и на дневне активности унутар туристичке дестинације (Goeldner & Ritchie, 2003). Креирање туристичке политике је друштвени процес, али на њега могу у великој мери утицати личне и/или групне вредности, интересовања и идеологије (Dredge & Jenkins, 2011). Туристичка политика зависи од политике државе, од владајућих политичких идеологија на различитим нивоима и у том смислу је битно да свеукупна политике државе најпре буде отворена за развој туризма.

Економски просперитет је један од основних циљева туристичке политике готово сваке туристичке дестинације. Поред тога туристичка политика је усмерена ка испуњавању жеља и потреба туриста, локалном развоју, повећању запослености у туризму, квалитету живота локалног становништва, одрживом развоју, очувању мира и стабилности, очувању природних и културних ресурса (Scott, 2011). Ови циљеви туристичке политике се могу поделити на (Ubavić, 2015):

- циљеве на макро нивоу (национални и регионални циљеви усмерени ка квалитету живота локалног становништва, повећању националног дохотка, заштити и валоризацији природне средине);
- циљеве на микро нивоу (приход остварен у туризму, туристички промет, плате запослених у туризму, и други индикатори пословања).

Циљеви на макро нивоу се могу упоредити са циљевима јавног сектора, док циљеви на микро нивоу са циљевима приватног сектора у туризму. Сходно потреби усклађивања интереса различитих стејкхолдера, која је неопходна и ради успешног управљања и планирања туристичком дестинацијом, циљеви јавног и приватног сектора морају бити усклађени приликом одређивања туристичке политике.

Одрживи развој туризма и дигитална трансформација која се дешава у свим аспектима живота су кључна питања са којима се суочавају креатори туристичке политике. У циљу превазилажења оваквих изазова креатори туристичке политике теже сарадњи са приватним и јавним сектором, али и осталим стејкхолдерима. Поред тога, потребно је да се осигура да је развој туризма на локалном нивоу у складу са политикама постављеним на националном нивоу (Zhongming *et al.*, 2020). Само свеобухватно истраживање утицаја туризма ће довести до доброг доношења одлука и развоја политике. Негативни утицаји туризма на туристичку дестинацију се често истичу као последица великог броја туриста. Због оваквих нежељених ефеката развоја туризма јавља се потреба за туристичком политиком која препознаје ове проблеме. Ипак,

позитивни утицаји треба да буду подједнако важни за креаторе туристичке политике. Разумевање позитивних и негативних утицаја ће довести до креирања успешне политике развоја одрживог туризма (Edgell & Swanson, 2013).

2.5. Конкурентност туристичке дестинације

Конкурентност је широко прихваћена као најважнији фактор који одређује дугорочни успех организација, индустрија, али и туристичких дестинација. Конкурентност туристичке дестинације се повезује са њеном способношћу да пружи туристичко искуство које је квалитетније од оног које нуде друге дестинације (Vengesai, 2003). То значи да успех дестинације не зависи само од саме дестинације, већ је такође подложен успеху или неуспеху дестинација са којима се такмичи (Dwyer & Kim, 2003). За дестинацију се може рећи да је конкурентна уколико остварује велико тржишно учешће, мерено бројем туриста и финансијским приходима (Hassan, 2000). Дакле, оно што чини туристичку дестинацију конкурентном је њена способност да повећа приходе од туризма, да привлачи туристе обезбеђујући им задовољавајуће, незаборавно искуство, да то чини на профитабилан начин, али уз повећање благостања локалног становништва и очување природних ресурса дестинације за будуће генерације (Ritchie & Crouch, 2003).

Конкурентност се може посматрати на различитим нивоима (на нивоу предузећа, привредне гране, националном, регионалном нивоу и друго). У стратегијском менаџменту конкурентност се између осталог посматра као способност организације да уради нешто другачије и боље од других, да буде јединствена, односно да поседује дистинктивну способност (Колтер, 2010). Укореењен је приступ у постизању конкурентности, који се фокусира на то да је цена кључни фактор који је одређује. Савременији приступи посматрају конкурентност као вишедимензионални концепт, што значи да на конкурентност утичу бројни фактори (Enright & Newton, 2005).

Када се говори о туристичким дестинацијама јасно је да њихова конкурентност под утицајем фактора који делују из економског, политичког, социо-културног, технолошког и енвајорнменталног окружења, на основу чега се говори и облицима конкурентности туристичке дестинације (Табела 2) (Ritchie & Crouch, 2003). Такође, на конкурентност туристичке дестинације утиче и конкурентност привредних грана заступљених у туристичкој дестинацији, појединачна конкурентност предузећа, али и осталих елемената који су део туристичког система (на пример: конкурентност производа и услуга у јавном сектору).

Конкурентност туристичке дестинације одређена је компаративном предношћу (природни и културни ресурси, инфраструктура и супраструктура, људски ресурси, знање, капитал), ценама, али и многим другим факторима. С обзиром на велики број варијабли које утичу на конкурентност туристичке дестинације, у литератури се спомињу различити модели уз помоћ којих је могуће мерити конкурентност туристичке дестинације (Botti *et al.*, 2009). Porter (1990) је развио концептуални модел

конкурентности који се концентрише на економску конкурентност и који исту мери на основу четири фактора: фактора производње; фактора стања тражње; сродне и пратеће индустрије и стратегија, структура и ривалство. На основу информација о овим факторима, туристичка дестинација може да се определи и за будућу адекватну конкурентску стратегију. Конкурентска стратегија туристичке дестинације је потрага за повољном конкурентском позицијом на туристичком тржишту. Има за циљ успостављање профитабилне и одрживе позиције дестинације на туристичком тржишту у поређењу са осталим конкурентима на тржишту.

Табела 2. Облици конкурентности туристичке дестинације

Економска	Мери се уз помоћ модела конкурентности који је дефинисао Porter (1990), што значи да је одређена факторима: производње, стања тражње, сродних и пратећих индустрија и стратегија, структура и ривалства.
Политичка	Одређена је политичком стабилношћу/нестабилношћу државе. Мери се општим индикаторима који указују на друштвено и индивидуално благостање у једној држави (владавина закона, стопа запослености и друго).
Социо-културна	Одређена је друштвеним и културним вредностима које поседује дестинација које могу својом јединственошћу и разноврсношћу значајно да допринесу конкурентској предности.
Технолошка	Одређена је применом савремених технологија у туризму.
Енвајорнментална	Одређена је усклађеним развојем туризма са очувањем животне средине.

Извор: Ritchie & Crouch (2003, стр. 2-6)

Crouch и Ritchie (2003) су предложили модел конкурентности који је препознат као најсвеобухватнији и најпотпунији. Према овом моделу, успех дестинације одређују две различите предности. С једне стране, компаративне предности одражавају ресурсе које дестинација пружа. С друге стране, конкурентска предност је резултат ефективног коришћења ресурса (раст и развој, ефективност и ревизија и слично). У овом моделу управљање квалитетом се сматра кључним избором и јавни сектор би требао предузети кораке за успостављање и спровођење стандарда за планирање квалитета на нивоу дестинације. Модел обухвата пет група фактора, а то су: подржавајући фактори и ресурси; кључни ресурси и атракције; туристичка политика дестинације, планирање и развој; дестинацијски менаџмент; и квалификујуће и појачавајуће детерминанте (детерминанте ограничења и проширења). Свака од ових група садржи различите атрибуте конкурентности дестинације – укупно 36 различитих атрибута конкурентности дестинације.

Dwyer и Kim (2003) предложили су модел који се састоји од шест група фактора: наслеђени туристички ресурси и атракције, створени (изграђени) туристички ресурси и

атракције, подржавајући фактори и ресурси, дестинацијски менаџмент, ситуациони услови и туристичка тражња. Овај модел се разликује од претходног по томе што укључује интеракцију између поменутих фактора.

Приступ ценовне конкурентности (Dwyer *et al.*, 2000) наглашава улогу цене у конкурентности, где се пад трошкова види као резултат повећања тржишног удела. Такође, узима у обзир социо-економске и демографске факторе и квалитативне факторе (имиџ, квалитет туристичких услуга и друго). Овај модел се може применити само уколико је могуће упоредити индекс конкурентности цена, што значи да индекс мора бити базиран на истим варијаблама које се често разликује од земље до земље, чак се цене могу разликовати и у истој земљи, што представља отежавајући фактор приликом мерења.

Светски економски форум (енгл. *World Economic Forum – WEF*) је предложио модел мерења конкурентности *Индекс конкурентности туризма и путовања* (енгл. *Travel and Tourism Competitiveness Index – TTCI*), али на нивоу држава као туристичких дестинација. У мају 2022. године објављено је да је овај модел проширен и сада носи назив *Индекс развоја туризма и путовања* (енгл. *Travel & Tourism Development Index*). *Индекс конкурентности туризма и путовања* обухватао је 14 група индикатора распоређених у четири кључна стуба конкурентности, а то су: постојеће окружење; туристичка политика и постојећи услови; инфраструктура; природно окружење и културни ресурси (Calderwood & Soshkin, 2019). Проширени модел, *Индекс развоја туризма и путовања*, поред 14 група индикатора, обухвата још три индикатора распоређених у оквиру петог стуба који се односи на одрживост туризма и путовања (Uppink & Soshkin, 2022). Иако обухвата бројне варијабле приликом мерења конкурентности, овај модел не узима у обзир различите или јединствене карактеристике туристичке дестинације (Hanafiah & Zulkifly, 2019).

Ови модели мерења конкурентности туристичке дестинације захтевају велику базу података о стању развоја туризма у туристичкој дестинацији. Изазов у примени модела конкурентности представља валидност података и начин мерења одређених варијабли, који се разликује у зависности од туристичке дестинације. Због тога је пожељно тежити јединственом моделу мерења конкурентности туристичких дестинација у зависности од типа дестинација и креирати јединствен начин прикупљања податка неопходних за мерење. Такође, треба посебно нагласити и јединствене вредности које одређена туристичка дестинација поседује и које доприносе њеном дугорочном успеху на туристичком тржишту. Информација о конкурентности туристичке дестинације је значајна, јер показује колико туристичка дестинација добро користи расположиве ресурсе и каква је њена способност да дода вредност расположивим ресурсима, што може одредити њен успех на туристичком тржишту (Crouch, 2006).

2.6. Маркетинг менаџмент туристичке дестинације

Људи који посећују туристичку дестинацију очекују да њихов боравак буде јединствен и пријатан, стога је од велике важности проучавање туристичког тржишта (Castro *et al.*, 2017), које се анализира уз помоћ маркетинга. Процес маркетинга у пословању организација различитог типа је најпре био оријентисан на производњу и потрошњу. Производна оријентација подразумевала је филозофију да се са повећањем производње, повећава и потрошња. Од овог приступа маркетинг је еволуирао ка маркетингу који је више оријентисан на потрошаче (Jamroz, 2007). Маркетинг се може дефинисати као наука и уметност истраживања, стварања и испоручивања вредности ради задовољења потребе циљног тржишта уз остваривање профита (Kotler, 2017).

Маркетинг менаџмент туристичке дестинације подразумева континуирани, секвенцијални процес у оквиру којег се креирају и спроводе планови који за циљ имају испуњење потреба и жеља туриста и остварење визије, мисије, циљева и задатака туристичке дестинације (Morrison, 2019). Wang и Pizam (2011) истичу да је у питању проактивни процес усмерен не само на туристе, већ и на економски и културни развој дестинације. Поред тога, уз помоћ дестинацијског маркетинга балансирају се и интегришу интереси туриста, пружалаца услуга и локалног становништва. Маркетинг дестинације подразумева маркетиншке активности које се спроводе у циљу промоције дестинације на националном и међународном нивоу, стварању позитивног имица код циљног тржишта, брендирања дестинације и стицања конкурентске предности (Ergan, 2021). Поједини аутори истичу да је циљ дестинацијског маркетинга повећање броја туриста кроз маркетиншке иницијативе као што су плаћене рекламе, организација догађаја и друге маркетиншке активности и унапређење имица туристичке дестинације (Jalis, 2019; Özdemir & Kılıç, 2018; Turna, 2022).

Примена дестинацијског маркетинга подразумева креирање и имплементацију маркетиншког плана који укључује неколико важних корака као што су (Brezovec *et al.*, 2021):

- Дефинисање мисије односно сврхе постојања туристичке дестинације и визије односно замишљене инспиративне слике будућности дестинације;
- Анализа окружења која се врши најчешће уз помоћ *SWOT* анализе, која подразумева анализу интерних снага и слабости туристичке дестинације и екстерног окружења у оквиру којег се посматрају шансе и претње. Приликом анализе интерног окружења, посматрају се атрактивни, комуникативни и рецептивни фактори туристичке дестинације, док се анализирањем екстерног окружења добијају подаци и информације о политичким, технолошким, економским, социо-културним, демографским и природним факторима, циљном тржишту, конкуренцији и друго;
- Дефинисање маркетиншких циљева и очекиваних резултата. Циљеви и жељени резултати морају бити јасно дефинисани и мерљиви како би се остварени резултат упоредио са очекиваним;

- Сегментација тржишта која се може вршити на основу различитих критеријума: демографских, географских, економских, психографских карактеристика туриста, на бази мотива путовања, цене, учесталости куповине и друго. Постоје три стратегије сегментације, то су: стратегија недиференцираног маркетинга (један производ се нуди за цело тржиште – нема сегментације), стратегија диференцираног маркетинга (одабир више циљних тржишних сегмената и за сваки се нуди посебан производ) и стратегија концентрације (одабир само једног сегмента тржишта);
- Дефинисање циљних тржишта односно детаљније описивање тржишта које туристичка дестинација жели да опслужује;
- Позиционирање и брендирање, стварање јединствене слике у свести потрошача о туристичкој дестинацији (имиџ) и успешна комуникација менаџмента туристичке дестинације са циљним тржиштем како би се креирала лојалност код туриста и како би се што боље разумеле жеље и потребе туриста и у складу са тим изградио бренд дестинације;
- Стратегија маркетинг микса која се фокусира на седам елемената познатијих као *7P* (*Product* – производ, *Price* – цена, *Place* – место дистрибуције производа и услуга, *Promotion* – промоција, *People* – људски ресурси, *Physical evidence* – физички елементи који су важни у процесу пружања услуге у туризму, *Process* – процес који укључује комплексне услуге у процесу испоруке производа и услуга);
- Одређивање буџета који је потребан за финансирање маркетиншког плана туристичке дестинације;
- Имплементација, односно примена целокупне идеје дестинацијског маркетинг плана;
- Мониторинг и контрола свих наведених активности и у случају потребе, ревизија. Као и свако планирање и маркетиншко планирање треба да буде континуирани процес, које је у складу са променама које се дешавају у окружењу, водећи рачуна о минимизирању негативних и максимизирању позитивних утицаја туризма.

Насупрот традиционалном маркетиншком приступу савремени приступ се све више оријентише ка одрживом маркетиншком приступу. Традиционалнији приступ маркетингу у туризму оријентисан је на потрошњу и профитабилност, и показао се као неодржив. Маркетинг са циљем постизања одрживог развоја у туризму укључује еколошке, друштвене и економске циљеве, у оквиру којег су планови, стратегије, и маркетинг микс креирани у складу са овим циљевима (Amoiradis, 2019). Pomeroy *et al.* (2011) развили су маркетиншки модел одрживог туризма који укључује чак 10 *P*, а то су поред оних основних: производ (енгл. *Product*), цена (енгл. *Price*), место (енгл. *Place*), промоција (енгл. *Promotion*), људски ресурси (енгл. *People*), процес (енгл. *Process*), физички доказ (енгл. *Physical Evidence*), партнерство (енгл. *Partnership*), аранжман (енгл. *Packaging*) и програмирање (енгл. *Programming*). Сваки од ових елемената усмерен је на одрживи развој туризма. Pomeroy *et al.* (2011) такође упућују на разлику

између одрживог маркетинга (енгл. *Sustainable Marketing*) који се односи на креирање дугорочног односа са потрошачима, и маркетинга као средства за постизање одрживог развоја (енгл. *Sustainability Marketing*) (Cuculeski *et al.*, 2016). Дестинацијски маркетинг у циљу постизања одрживог туризма мора довести до оптимизације утицаја туризма и постизање стратешких циљева за све стејкхолдере (Buhalis, 2000).

3. Утицаји туризма у туристичкој дестинацији

3.1. Идентификација утицаја туризма у туристичкој дестинацији

Туризам је делатност од значаја за запошљавање локалног становништва и прилив новца из иностранства, због чега је примарна делатност у великом броју држава (Milićević & Petrović, 2019). Статистички извештаји о развоју туризма показују да је туризам једна од највећих светских привредних грана, која расте из године у годину (UNWTO, 2020). Чак и након великих криза попут пандемије *COVID-19*, туризам, као једна од привредних делатности која је највише претрпела негативне последице ове кризе на глобалном нивоу, успешно се и брзо опоравља (UNWTO, 2022b). Сходно расту који је карактеристичан за туризам и огромне размере туризма на глобалном нивоу, чињеница да је заступљен готово у свакој држави (домаћи и/или иностранци), утицаји које туризам остварује на окружење су бројни.

Туризам утиче на милионе појединаца и друштво у целини на вишеструке, начине. Иако се може посматрати као велики систем са потенцијално деструктивним утицајима, туризам може да се схвати и у смислу његових утицаја на испуњење потреба и жеља људи, добар живот и веће благостање (Filep *et al.*, 2016). Упркос јасном потенцијалу туризма као покретача позитивних промена, широко је прихваћено да брз или непланирани раст туризма може довести до низа негативних утицаја. На пример, пренасељеност и гужве у саобраћају које настају као последица развоја туризма, често се доводе у везу са *прекомерним туризмом* или неуравнотеженим туризмом. Такав развој туризма може довести до деградације природних и историјских ресурса, пејзажа и јавних простора. Ово може довести до губитка идентитета и аутентичности дестинација, негативно утичући не само на туристичко искуство, већ и на окружење, локално становништво, односно на елементе без којих је развој туризма незамислив (OECD, 2020).

Утицаји које туризам остварује варирају у зависности од јединствених карактеристика дестинација и низа других варијабли које треба узети у обзир при сваком њиховом одређивању. Ипак, утврђивање таквих утицаја такође отвара низ питања. У економији, методологија мерења утицаја је разрађена, али мерење социо-културних и еколошких утицаја није напредовало ни приближно у тој мери. Неопходно је у свим облицима анализе утицаја разликовати догађаје изазване туризмом од других фактора који доводе до промена; осигурати да се узму у обзир секундарни и терцијарни утицаји; и треба увек имати у виду каква је ситуација била пре развоја туризма (Theobald, 2012). У том смислу, јављају се проблеми за мерење утицаја туризма који се односе на следеће (Briassoulis, 1991; Galewska, 2019; Ђорђевић & Milićević, 2020; Храбовски Томић и Милићевић, 2012):

- Велики је број повезаних активности које су обухваћене туризмом;
- Појединим туристичким активностима се не баве само туристи већ и локално становништво, што отежава одвајање утицаја једних од других;

- Утицаји туризма на окружење се могу десити, али и не морају, што често доводи до тога да су они неизвесни и непредвидиви;
- Тешко је идентификовати које утицаје треба измерити и обим утицаја. На пример, које индикаторе користити када је у питању мерење друштвеног утицаја;
- Не постоји стандардизована методологија. Постоји много методолошких оквира, али нема јасних смерница за туристичка предузећа како да мере и у којим околностима да мере утицаје;
- Развој начина за мерење утицаја захтева значајне ресурсе (људске или финансијске), које мање организације често немају;
- Еколошке промене могу се десити из различитих разлога, а тешко је идентификовати промене таквог типа које су настале само због туризма;
- Теже је идентификовати посредне и збирне утицаје које туризам остварује.

Значај мерења утицаја туризма у туристичкој дестинацији се огледа у томе што се на тај начин доприноси: очувању природних и културних ресурса, смањењу или потпуном уклањању негативних утицаја туризма на локално становништво, већим инвестиционим улагањима која би требало да подрже одрживи развој туризма, едукацији туриста о томе како туризам утиче на животну средину и подстицању на одговорније понашање туриста приликом свог путовања (Solimar International, 2018). За мониторинг одрживог туризма кључна су сазнања о економским, социо-културним и еколошким утицајима. Прецизније, потребна су сазнања о томе каква је способност туризма да ствара нова радна места, да обезбеди квалитетан живот локалном становништву, да подстиче инвестиције, да штити природне и културне вредности туристичке дестинације, да подстиче иновације у погледу очувања енергије и воде, одлагања отпада и друго (Sustainable Travel, 2022).

Идентификација утицаја туризма захтева пажљив приступ и методе мерења које ће бити јасне и на располагању менаџменту туристичких дестинација како би се обезбедило њихово праћење. На основу информација о утицајима које туризам у дестинацији остварује могу се креирати стратегије развоја које воде одрживом туризму и квалитетнијем животу локалног становништва. У литератури се утицаји туризма најпре класификују као позитивни и негативни утицаји (Archer *et al.*, 2012) и детаљније као позитивни и негативни економски, социо-културни и еколошки утицаји (Brida, 2009; Uslu *et al.*, 2020).

3.2. Економски утицаји туризма у туристичкој дестинацији

Економски утицаји туризма и генерално, економска димензија је најважнији разлог за позитиван однос локалне заједнице према туризму. Међутим, ова економска димензија може укључити и негативне утицаје, што често зависи и од степена развијености туристичке дестинације (Nematrou & Faraji, 2019). Подаци о економским утицајима се лако добијају из разних статистичких извештаја, најчешће на националном нивоу, али и за туристичке дестинације различитог типа. У зависности од доступности ових

података, неке утицаје је теже квантификовати (на пример: економски утицај на приходе је теже квантификовати него утицај на запошљавање, углавном због ограничене количине података) (Lemma, 2014).

Економски утицаји потичу од потрошње туриста која се јавља у фази припреме за путовање, путовања до/од дестинације, током боравка у дестинацији. Та потрошња доводи до тога да приходују предузећа која продају производе и услуге туристима (угоститељство, саобраћај, туристичке агенције и друго). У предузећима која учествују у процесу туризма долази до повећања запослености сходно развоју туризма у дестинацији. Покрећу се и друге индустрије (грађевина, пољопривреда и друго) како би се обезбедили производи у услуге за туристе. Захваљујући туризму долази до повећања платног биланса. Увећава се девизни прилив (такозвани „невидљиви извоз”) што у неразвијеним земљама може представљати значајан фактор убрзаног развоја. Повећава се инвестициона активност захваљујући расту туристичког промета, што доводи до развоја недовољно развијених подручја. Чињеница је да туристичка потрошња доводи до покретање туризма као система стварајући бројне економске ефекте и ти ефекти циркулишу у туристичкој дестинацији (на пример: када туристи плаћају услуге угоститељских предузећа, од тог прихода угоститељска предузећа исплаћују запослене, запослени тај новац даље троши на куповину одређене робе чиме се покреће такозвани мултипликовани ефекат) (Ennew, 2003).

Економски утицај који се најчешће спомиње у литератури је то што туризам има видљив утицај на раст БДП-а у земљи, развој локалне заједнице и смањење сиромаштва (Aref *et al.*, 2009). Такође, може подстаћи локално предузетништво и раст локалне економије (López *et al.*, 2018), тј. може привући више улагања и пословних прилика за локалну заједницу (Hernández & de la Santísima Trinidad Mercader, 2015). Туризам може побољшати животни стандард и инфраструктуру дестинације, обезбедити спортско-рекреативне и забавне садржаје, што проистиче из економског напретка узрокованог повећаним бројем туриста и њиховом потрошњом (Deery *et al.*, 2012). Сви економски утицаји се могу груписати на следећи начин (WTTC, 2015, стр. 3, 4):

- Директни утицаји – као што је БДП генерисан активностима организација и предузећа која учествују директно у туризму, као што су: хотели, туристичке агенције и туроператори, авио-компаније, ресторани и друга предузећа и организације које пружају производе и услуге туристима. Директни утицаји настају директном потрошњом туриста.
- Индиректни утицаји – који настају услед активности целокупног сектора туризма, и укључују:
 - (1) Капитална улагања у туризам: инвестиције у свим секторима који су директно укључени у туризам, као и улагања предузећа других сектора у туризам.
 - (2) Државна улагања у туризам: улагања на националном, регионалном и локалном нивоу у промоцију туризма, услуге јавног сектора, итд.

- (3) Утицаји ланца снабдевања: уз чију помоћ предузећа у сектору туризма набављају робу и услуге, углавном домаће производње, чиме се подстиче развој других привредних делатности.
- *Индуковани* утицаји – представља шири допринос туризма кроз потрошњу оних који су директно или индиректно запослени у туризму.

Негативни економски утицаји се огледају у томе да локално становништво може имати веће животне трошкове, јер може доћи до раста цена роба и услуга, цена некретнина и пореза услед развоја туризма (MacKenzie & Gannon, 2019; Mendes *et al.*, 2017). Поред тога, туризам ствара слабо плаћена радна места (Chauhan, 2013, Milićević & Petrović, 2019) и економску неједнакост међу локалним становништвом (Ratz, 2000). Услед изражене сезоналности у пословању, туризам утиче на сезонски карактер запошљавања локалног становништва (Martín *et al.*, 2020), самим тим и на несигурност њиховог запослења (Милићевић и Штетић, 2022). Развој инфраструктуре у циљу развоја туризма (аеродроми, путеви, итд.), може изискивати велика финансијска улагања. Уколико је случај да су у дестинацији заступљени екстерни интереси и капитал, већина позитивних економских утицаја неће бити задржана у дестинацији. Проблем може настати у туристичким дестинацијама које су исувише зависне од развоја туризма, те уколико се десе кризе попут економске рецесије то може да се одрази на број туриста, што ће даље узроковати велике економске проблеме. Такође, туристичке дестинације се морају суочити са тим да су оне подложне животном циклусу производа на тржишту, због чега може доћи до њиховог пропадања (Barcelona Field Studies Centre, 2022).

3.3. Социо-културни утицаји туризма у туристичкој дестинацији

Утицаји туризма на квалитет живота локалног становништва туристичке дестинације, на културне и традиционалне вредности, моралне обрасце и идентитет локалног становништва и туристичке дестинације категоришу се као социо-културни утицаји туризма. Неке промене у социо-културним вредностима туристичке дестинације могу бити идентификоване у кратком року, док се неке дешавају споро и на неупадљив начин, што отежава њихове мерење. Генерално посматрано социо-културни утицаји су компликовани за квантификацију и израчунавање (Zhuang *et al.*, 2019). Како би се измерили социо-културни утицаји сугеришу се бројне технике, али их је често тешко издвојити од других утицаја туризма. Како би се уочиле промене у социо-културном контексту услед развоја туризма препоручује се употреба анкетних упитника, интервјуа фокус група, посматрања учесника или метода као што је *Делфи техника* (Saed News, 2021; Cooper *et al.*, 2005), како би се измерили ставови и перцепције стејкхолдера (Aliyeva *et al.*, 2019).

Бројне студије показују да туризам може побољшати квалитет живота локалне заједнице, јер унапређује стање локалних објеката и активности у дестинацији (на пример: више спортских, рекреативних и културних објеката, више догађаја и културних активности који су доступни становништву) и квалитет јавне инфраструктуре (путеви, аеродроми, водовод, канализациони системи и снабдевање

електричном енергијом) (Zaei & Zaei 2013; Lourenco Gomes *et al.*, 2019; Sharpley, 2018). Туризам такође позитивно утиче на квалитет услуга у заједници. Поред тога, то што туризам нуди економске бенефите локалном становништву (нова радна места, приходе, развој туристичке дестинације и друго) такође може да се категорише у позитивне утицаје туризма на друштво, јер тиме се доприноси стабилности и социјалном благостању локалне заједнице. У литератури се овакви утицаји категоришу и као социо-економски утицаји (Anderson, 2011; Perić, 2018; Turco *et al.*, 2003).

Туризам неизбежно укључује контакт између група људи, које се иначе можда не би ни срели да није туризма и које се разликују по једној или више димензија, односно по основу религије, језика, етничке припадности или расе, као и по основу припадности различитим друштвеним класама (Gjerald, 2005). С једне стране туристи у комуникацији са локалним становништвом и самим боравком у туристичкој дестинацији сазнају о култури и историји локалног становништва, њиховим различитим организационим системима (економским, политичким, образовним, друштвеним и другим). Са друге стране и локално становништво сазнаје о социо-културним карактеристикама туриста и држава одакле они долазе. Такав сусрет људи различитих карактеристика, које спаја туризам може унапредити разумевање другачијих социо-културних вредности, како код туриста, тако и код локалног становништва. На овај начин може се развити међусобно поштовање између народа и друштава. То може помоћи и рушењу различитих стереотипа о људима који припадају различитим нацијама, културама, па чак и другој субкултури и међусобном уважавању (Archer *et al.*, 2012). У том контексту, туризам се често промовише као појава која доприноси миру, стабилности и безбедности (Kim *et al.*, 2007; Honey, 2009; Wintersteiner & Wohlmuther, 2014).

Како се у туризму различите културне вредности промовишу као туристичке атракције, истовремено се улажу напори да се очува културно, историјско и друштвено наслеђе. Успоставља се сарадња између организација за заштиту културе и туристичких организација (на пример: сарадња великих глобалних организација, *UNESCO*-а и *UNWTO*-а) (*UNWTO*, 2019а). Туризам промовише и утиче на очување културних споменика, језика или дијалеката, локалних јединствених заната и вештина (Gnanapala & Sandaruwani, 2016), гастрономије (Gheorghe *et al.*, 2014), музике (Gligoriјevic, 2014; Leaver & Schmidt, 2009), народних игара (Aoyama, 2009) и обичаја (Horng & Tsai, 2010). Кроз туризам културне вредности добијају економску вредност, и често се приходи у туризму (од продаје улазница за обилазак културно-историјских атракција, сувенира и слично) улажу како би се извршила рестаурација и заштита социо-културних вредности (Phillips & Faulkner, 2013). Кључни елемент у одржавању атрактивности дестинације је заштита и презентација природног и културног наслеђа и одрживо коришћење истог за развој туризма (Maksin, 2010), због чега се и улаже у заштиту ових ресурса. Такође, истраживања показују да у мање развијеним земљама туристичка потрошња расте, сходно улагању у заштиту културно-историјског наслеђа (Barnes, 2022). Дивљење туриста локалној култури, уметности, традицији или обичајима може утицати да се локално становништво осећа веома поносно због сопственог културног идентитета

(Dimitrovski *et al.*, 2017; Dimitrovski & Senić, 2019; Костић и Милићевић, 2018). То их такође може подстаћи да се активно укључе и оживе и заштите оне аспекте културе, који се полако заборављају (Костић и Милићевић, 2018).

Насупрот овим позитивним социо-културним утицајима туризма, јавља се читав низ негативних утицаја. Један од њих је *демонстрациони ефекат* који се дешава када туристи утичу на понашање локалног становништва. Тежње локалног становништва према материјалним вредностима туриста доводе до копирања њихових образаца понашања, нарочито међу млађом популацијом (Bello *et al.*, 2017; Wall & Mathieson, 2006). У неразвијеним земљама *демонстрациони ефекат* често ствара љубомору, негодовање, па чак и мржњу према туристима када локални становници увиде да не могу да буду толико богати као туристи и не могу да имају исти животни стандард (Reisinger, 2009). Поред тога што се дешава да су туристи имућнији од локалног становништва, њихов боравак у туристичкој дестинацији користе као своје слободно време, због чега су им активности фокусиране често на одмор, уживање, рекреацију, забаву, опуштање и слично (Monterrubio & Mendoza-Ontiveros, 2014). Желећи да имају такав живот, локално становништво *копира* туристе (њихов начин одевања, изражавања, активности и слично). Млади често прихватају слободније понашање туриста, попут испољавања неетичких и неморалних принципа, склоност ка великим количинама хране и пића, неконвенционалном облачењу, али и вулгарном начину изражавања (Mbaiwa, 2005). Проблем код идентификације *демонстрационог ефеката* је то што је тешко утврдити да ли опонашање долази као резултат опонашања туриста или су у питању други утицаји као што су рекламе, филмови, интернет и слично. Такође, овај ефекат не мора увек имати негативну конотацију (Fisher, 2004), јер локално становништво може опонашати и позитивне примере понашања туриста.

Туризам може допринети да се локална култура превише користи у комерцијалне сврхе, чиме се губи њен значај, идентитет, што доводи до сатурације. У неким случајевима, туристички догађаји и производи деградирају културну вредност тиме што креирају *вештачке* представе (копије) народне уметности, традиције, културе, обичаја, производа традиционалних заната чиме се деградира јединственост, истина и оригиналност културе. Туристима се чешће приказују одређени традиционални догађаји у оквиру којих се приказују локални обичаји, народне игре, песме, припрема традиционалних јела и слично, иако се по традицији одржавају ређе (Wei *et al.*, 2010). Дестинације се не ослањају само на аутентичност својих природних и социо-културних атрактивности, већ настоје да привуку туристе креирањем производа који ће задовољити потребе туриста на начин на који они траже, прилагођавајући се њиховим навикама. Дешава се да се продају производи карактеристични за друге културе (на пример: уместо традиционалних јела, служе се јела иностраних кухиња, појављују се ланци брзе хране који се углавном шире путем франшиза и долази до такозване *мекдоналдизације*) (Костић и Милићевић, 2018; Yolal, 2016).

Негативни социо-културни утицаји туризма се огледају још у порасту криминала (на пример: коцкање, трговина дрогом, проституција), приливу нових становника у

дестинацију, појави расне тензије, промени локалне културе, уметности или обичаја (Goeldner & Ritchie, 2009; Magaš *et al.*, 2018; Милићевић и Штетић, 2022; Rasoolimanesh *et al.*, 2017; Yun & Zhang, 2017). Важно је напоменути да негативни социо-културни, али и економски и еколошки утицаји туризма могу довести до угрожавања квалитета живота локалног становништва.

3.4. Еколошки утицаји туризма у туристичкој дестинацији

Туризам је привредна делатност која у великој мери зависи од незагађене животне средине, али истовремено користи њене природне ресурсе и угрожава је различитим негативним утицајима (Milićević *et al.*, 2016). Између туризма и животне средине постоји интерактивни однос, јер поред тога што туризам зависи од животне средине и утиче на њу, животна средина може утицати на развој туризма (Роџића & Матијашевић-Обрадовић, 2020). Туризам остварује бројне еколошке утицаје који се често помињу у негативном контексту. Ипак, не треба занемарити позитивне еколошке утицаје који обухватају следеће (Јовичић, 2011; Kiper, 2013; Костић и Милићевић, 2018; Mason, 2008; Томка, 2012):

- туризам може утицати на заштиту природних ресурса (воде, земљишта, шума и друго);
- туризам може помоћи у промовисању и оснивању националних паркова, резервата природе и друго;
- туризам може промовисати очување, заштиту и рестаурацију културно-историјских вредности;
- туризам може обезбедити новац за заштиту природних и културних вредности (на пример: путем улазница).
- туризам може утицати на побољшање инфраструктуре и доступности одређених простора и локалитета подстакнуто туристичком тражњом и њиховим захтевима и жељама.
- туризам може утицати на побољшање естетског изгледа туристичке дестинације и различитих подручја, која су атрактивна туристима и доприноси повећаном нивоу одржавања чистоће.
- туризам може утицати на повећање еколошке свести локалног становништва.

С друге стране, развој туризма подразумева експлоатацију природних ресурса што повећава ризик од деградације околине (Mikayilov *et al.*, 2019). Утицаји туризма на животну средину могу бити у облику повећања загађења (ваздуха, воде, повећање нивоа буке итд.), губитка природних станишта, ерозије тла и друго (Костић и Милићевић, 2018; Ozturk *et al.*, 2015). Истраживања показују да са повећањем броја туриста у дестинацији и рецептивних капацитета долази до загађености воде (Baoying & Yuanqing, 2007; Sun & Liu, 2020). Канализација, фекалије и смеће које потичу из угоститељских капацитета, али и други извори загађења повезаних са туристичким активностима могу довести до загађења водних ресурса, као и ширење заразних болести (Zhong *et al.*, 2011). У последње време се примећује популарност *крузинг* туризма, зарад којег се изграђују бродови великих капацитета, што доводи до

опасности за водне ресурсе и живи свет у њима и око њих (на пример: изливање отпада, нафте и штетних материја у воду изазивају помор живих бића у њој и око ње, што даље може креирати друге проблеме). *Крузинг* туризам доводи до огромних притисака на туристичке дестинације које се посећују приликом крстарења, јер их у кратком временском периоду посети велики број људи) (Carić, 2016).

У основи туризма је кретање туриста, за које се данас користе различита средства саобраћаја (аутомобил, авион, аутобус, воз и друго) која утичу на повећање загађења ваздуха, али и на стварање гужви у дестинацијама. Број аутомобила у туристичкој дестинацији током сезоне може бити већи и више од 10 пута (Kim, 2002). Lenzen *et al.* (2018) истичу да је туризам одговоран за 8% емисија гасова стаклене баште. Поред велике употребе саобраћајних средстава у туризму, коришћење горива за грејање и друге туристичке активности угрожавају квалитет ваздуха (Zhong *et al.*, 2011).

Туризам доводи до повећања буке у туристичким дестинацијама која може сметати како локалном становништву, тако и туристима (Sharma & Bhattacharya, 2014). Буку стварају туристи различитим активностима, слетања и полетања авиона и друмски саобраћај (Merchan *et al.*, 2014), угоститељски објекти, концерти, манифестације и други туристички догађаји различитог типа (Milićević *et al.*, 2020). Повишен ниво буке доводи до иритације, поготову уколико појединац на њу не може да утиче (Abubakar & Mavondo, 2014). Појединим животињама бука омета њихове бројне активности (проналажење плена, способност да пронађу пут уз помоћ њихових чула и инстинкта, односно навигацију животиња (енгл. *Animal Navigation*) и друго) које им помажу у преживљавању (Kunc & Schmidt, 2019).

Неадекватни модели развоја туризма могу довести до ерозије тла и дезертификације (Zhong *et al.*, 2011). Утицаје туризма на коришћење земљишта је тешко пратити, јер често недостају радови на терену за такве процене. Како би се задовољиле потребе тражње граде се туристички капацитети најчешће уништавајући пољопривредне површине и шуме (Boavida Portugal *et al.*, 2016). Убрзана и непланска изградња у туризму доводи и до уништавања пејзажа (Kuvan, 2012), вегетације и обала (Wang & Liu, 2013). Рецептивни капацитети и реализација различитих туристичких активности доприноси већој потрошњи енергије (Khanal *et al.*, 2021). Загађивање животне средине кроз повећање отпада, буке, штетних материја у води, ваздуху, земљи, велике изградње, уништавање шума доводе до угрожавања биодиверзитета (Downs *et al.*, 2022; Hall, 2010). Биодиверзитет је најчешће угрожен у туристичким дестинацијама заснованим на природим вредностима. Ипак, генерално проблеми у виду узнемиравања дивљих животиња, деградације њихових природних станишта постају све чешће заступљени у одређеним туристичким дестинацијама (Nakim, 2017).

3.5. Појам и утицаји прекомерног туризма

3.5.1. Појмовно одређење прекомерног туризма

Често се као примарни разлог развоја туризма наводи повећање броја туриста у туристичкој дестинацији, које резултира економским бољитком. Како би се у дестинацији развијао туризам долази до *туристификације* (енгл. *Touristification*), односно до процеса у оквиру којег долази до трансформације природних и друштвених ресурса у туристичке атракције (Honrado *et al.*, 2022) и где се дестинација преображава у простор намењен туристима, више него локалном становништву (Domínguez-Mujica *et al.*, 2020; Romero Frías & Leontidis, 2020). Тежња да се повећа број туриста и број предузећа туристичке привреде у туристичкој дестинацији, се све чешће сагледава у контексту негативних утицаја које туризам може остварити. Тако је *туристификација*, као термин почео да се користи у спрези са једним важним феноменом који последњих година привлачи велику пажњу јавности, а то је *прекомерни туризам* (Benner, 2019; Guerreiro & Marques, 2020). Термин *прекомерни туризам* 2016. године по први пут је почела да употребљава компанија *Skift*, једна од највећих медијских и маркетиншких компанија, која пружа вести, информације, податке и услуге у области путовања. Како ова компанија истиче, *прекомерни туризам* представља потенцијалну опасност за популарне дестинације широм света, јер долази до неизбежних негативних последица, уколико се туризмом развија на неплански начин. Због овога неопходно је суочавање са економским, еколошким и социо-културним утицајима туризма (Ali, 2016). Овај термин је осмишљен тако да носи елемент узбуне, који треба да пробуди страх од последица које доноси ова појава (Ali, 2018). У 2018. години Оксфордски речник прихватио је реч *overtourism* као „реч године” која се дефинише као „превелики број туриста који посећују познате дестинације, наносе штету животној средини и имају штетан утицај на животе локалног становништва” (Lexico, 2022).

Како Dodds и Butler (2019) истичу *прекомерни туризам* представља нови термин за стари проблем. О последицама негативних утицаја туризма које су кренуле још шездесетих година 20. века се говори већ дуго. Ипак треба напоменути да су сада ти проблеми много већи и да у том смислу термин *прекомерног туризма* заиста описује претерано негативан утицај туризма на локално становништво и/или природно окружење. Поред тога, *прекомерни туризам* није исто што и масовни туризам који се односи на велики број туриста у дестинацији, јер постоје туристичке дестинације које имају капацитета да поднесу велики број туриста, док се друге боре са далеко мањим бројем (Koens *et al.*, 2018). *Прекомерни туризам* се може посматрати само као нови популарни израз који указује на потребу управљања носећим капацитетом туристичке дестинације и гужвама које настају услед развоја туризма (UNWTO *et al.*, 2018). Гужве које настају у дестинацијама у којима је развијен *прекомерни туризам* доводе до нарушавања квалитета живота локалног становништва, а узроке за то треба тражити у променама понашања туриста и у примењеним моделима туристичке политике (Žemļa, 2020).

Оно што се најпре закључује је да до појаве *прекомерног туризма* долази услед превелике посећености туристичке дестинације, када долази до негативних последица за локално становништво које утичу на квалитет њиховог живота, али и до незадовољства туриста (UNWTO *et al.*, 2018). Поред UNWTO-а, приликом дефинисања *прекомерног туризма* различити аутори такође истичу огроман број туриста у туристичкој дестинацији који доводи до гужви и негативног утицаја на локално становништво и квалитет њиховог живота (Butler, 2018; Goodwin, 2017; Milano *et al.*, 2019; Perkumienė & Pranskūnienė, 2019). Поједини аутори полазе од тога да се *прекомерни туризам* јавља када туризам прекорачи носеће капацитете туристичке дестинације (Peeters *et al.*, 2019; Higgins Desbiolles *et al.*, 2019). На основу тога може се закључити да су кључни фактори за идентификацију *прекомерног туризма* следећи: огроман број туриста у дестинацији, прекорачење носећих капацитета туристичке дестинације, негативни утицаји туризма на животну средину, природно и друштвено окружење и низак ниво квалитета живота локалног становништва услед развоја туризма.

Прекомерни туризам резултат је бројних фактора као што су нижи трошкови путовања услед појаве јефтинијих видова превоза (на пример: *low-cost* авио превоз), изражена популарност путовања, нарочито код средње класе људи, изражена сезоналност, олакшан процес резервације смештаја, као и јефтинији смештај у туристичкој дестинацији (на пример: *Airbnb*) (Goodwin, 2019). Различите маркетиншке кампање које спроводе дестинацијске менаџмент организације, изградња имиџа, е-маркетинг, савремена технологија, *online* резервације, као и све веће прилагођавање туристичке понуде захтевима туриста такође утичу на повећање броја туриста (Gowreesunkar & Seraphin, 2019). Поред фактора који утичу на повећање броја туриста у туристичким дестинацијама, кључни фактор који доводи до развоја *прекомерног туризма* је непланирани развој туризма (İçöz & Bozkurt, 2021), као и развој туризма над којим није адекватно успостављен систем управљања (Coldwell, 2017). Како наводе Butler и Dodds (2022) постоји низ глобалних трендова који доприносе појави и наставку *прекомерног туризма*, али недостаје спремност да се прихвати проблем великог броја туриста и да се тај број смањи или да се њиме ефикасно управља на свим нивоима, од локалног до међународног.

У већим дестинацијама *прекомерни туризам* се најчешће јавља само у одређеним деловима дестинације, док у мањим дестинацијама локално становништво теже може избећи *присуство туризма* (туристе, хотеле, ресторане и друге објекте и садржаје који су намењени туристима) (Dodds & Butler, 2019). Услед појаве *прекомерног туризма* у неким дестинацијама, попут Барселоне и Венеције, забележени су изузетно негативни ставови пре свега локалног становништва о туризму (Araoz, 2011; Oklevik *et al.*, 2019). Такође, јављају се појаве попут *анти-туризма* (енгл. *Anti-tourism*) и *туризам-фобије* (енгл. *Tourismphobia*) које се односе на изузетно изражен антагонизам локалног становништва према туристима (Dodds & Butler, 2019; Carocchi *et al.*, 2019). Исто као и *прекомерни туризам*, ове две појаве проистичу из неодрживог масовног туризма (Milano *et al.*, 2019). Због тога, циљ развоја туризма не треба да буде само повећање

броја туриста, већ треба одредити циљеве одрживог развоја као приоритетне. Како би се ово постигло, менаџмент туристичке дестинације мора размотрити које врсте туризма у дестинацији треба подстицати, а које не (Benner, 2019).

3.5.2. Утицаји прекомерног туризма

Приликом мерења утицаја туризма, нарочито *прекомерног туризма* треба посебно водити рачуна о томе да утицаје не треба процењивати независно, већ пре међузависно, на системски начин и да том приликом треба узети у обзир ставове локалног становништва и њихово разумевање утицаја и тренутне ситуације. Такође, утицаје туризма не треба посматрати као једносмерну појаву, већ као појаву која се стално мења због интеракције између туризма и дестинације (Peeters *et al.*, 2019). Оно што се примећује у дестинацијама где туризам премашује економске, социо-културне и еколошке капацитете је појава гужви, притисак на инфраструктуру, раст потражње за енергијом и водом, загађење, неадекватно понашање туриста, деградација животне средине, оштећење историјских места и споменика, губитак културног идентитета и аутентичности, повећање трошкова живота за локално становништво и све већа неједнакост међу локалним становништвом (Jordan *et al.*, 2018). Генерално утицаји *прекомерног туризма* се доводе у везу са негативним економским, социо-културним и еколошким утицајима (Табела 3).

Табела 3. Утицаји прекомерног туризма

Економски	Раст цена у туристичкој дестинацији
	Економска зависност од туризма
	Раст трошкова дестинације због одржавања и изградње инфраструктуре намењене туристима
	Смањена доступност инфраструктуре и различитим садржајима, како за локално становништво, тако и за туристе
	Нарушавање имиџа дестинације
Социо-културни	Дестинација се мења и постаје мање погодна за живот локалног становништва
	Маргинализација локалног становништва
	Повећано неразумеваче између туриста и локалног становништва
	Нарушавање безбедности дестинације услед појаве криминала, коцкања, употребе алкохола и наркотика
	Комерцијализација догађаја, културе и осталих елемената туристичке дестинације
	Губитак културног идентитета, традиције и појава неморалног понашања
Еколошки	Повећано загађење воде, ваздуха, земљишта и проблеми са отпадом
	Улаже се у инфраструктуру која је намењена туристима, не и у ону која је потребна локалном становништву
	Нарушавање пејзажа
	Појава гужви у дестинацији
	Угрожавање природних и културно-историјских вредности

Извор: Peeters *et al.* (2019)

Прекомерни туризам доводи до повећане нетрпељивости локалног становништва према туристима и генерално туризму. Главне жалбе локалног становништва на негативан утицај туризма не односе се само на гужве у дестинацији, већ и на озбиљна друштвена, економска и еколошка питања, као и на угрожавање њихових права (Hristov *et al.*, 2021). Услед превеликог броја туриста долази до преоптерећености доступних услуга и садржаја (на пример: нема довољно места у ресторанима, кафићима, места за паркирање и слично) што доводи до тога да локално становништво осећа бројне непријатности и велико незадовољство (Butler, 2018).

Да би се превазишао проблем *прекомерног туризма* саветује се да се најпре реши проблем сезоналности туризма, да се туристички токови прерасподеле на остале, мање популарне делове туристичке дестинације, па чак и на друге туристичке дестинације (İçöz & Bozkurt, 2021). UNWTO *et al.* (2018, стр. 8, 9) препоручују чак 11 стратегија како превазићи *прекомерни туризам* и оне обухватају:

- промовисати посете туриста не само одређеној туристичкој дестинацији, већ и местима у близини те дестинације и шире, како би се смањио притисак превеликог броја туриста у дестинацији;
- промовисати посете туриста у различито време;
- стимулисати и преусмерити туристе на нове туристичке руте и атракције;
- проверити и прилагодити законску регулативу;
- извршити бољу сегментацију туриста;
- осигурати да локално становништво има користи од туризма, креирати позитивно искуство у дестинацији за њене становнике и за туристе;
- унапредити инфраструктуру;
- унапредити комуникацију и ангажовање свих стејкхолдера на локалном нивоу;
- боља комуникација са туристима и повећање њихове свести о потенцијалним негативним утицајима туризма у циљу смањења истих;
- успоставити мере за праћење и ревизију.

Како *прекомерни туризам* описује ситуацију у којој утицаји туризма, у одређено време и на одређеним локацијама, превазилазе границе носећих капацитета туристичке дестинације (Peeters *et al.*, 2019), неопходна је примена принципа одрживог развоја туризма, у циљу спречавања ове појаве. Пожељно је применити стратегије контролисања раста броја туриста, као и стратегије које теже *смањењу укупног раста* туризма (енгл. *Degrowth*) (Blázquez-Salom *et al.*, 2019). Тежња ка *смањењу укупног раста* туризма не подразумева рецесију, депресију, смањење стопе раста туризма услед природних катастрофа и криза различитог типа, већ се односи на примену радикалних политичких и економских мера ради реорганизације развоја у циљу смањења коришћења ресурса и енергије (Kallis *et al.*, 2018). Допринос одрживом развоју и смањењу последица *прекомерног туризма* управо може бити кроз процес *смањења раста туризма*. Јасно је да убрзани раст у туризму мора бити на неки начин контролисан и евентуално заустављен онда када прераста у *прекомерни туризам*. Како Hall (2010a) истиче туризам треба да подстиче квалитативан развој, не претерани

квантитативни раст који угрожава ресурсе животне средине и такав туризам је, како овај аутор истиче, *туризам у стабилном стању* (енгл. *Steady-State Tourism*), односно тада се може говорити о стабилном развоју туризма (Fletcher *et al.*, 2019). Према Andriotis (2018) *смањење раста туризма* зависи од промена у понашању, фокуса на локални ниво развоја, постављања граница раста туризма и повећања свесности о умереном развоју, док главну улогу имају туристи, локално становништво, јавни и приватни сектор. Туристи који су наклоњени идеји *смањења раста туризма* теже квалитетнијем туристичком доживљају и коришћењу обновљивих извора енергије и посећују туристичке дестинације које нису толико популарне и у којима није заступљен *прекомерни туризам*. Када је у питању локално становништво, важно је сачувати њихову културу и њихов квалитет живота. Дестинације у којима није развијен *прекомерни туризам* имају шансу да пруже отпор таквом неуравнотеженом развоју путем *смањеног раста туризма*. Стратегија *смањеног раста туризма* подразумева да се створи корист од развоја туризма за локално становништво, и да се спречи појава предузећа чији капитал потиче изван дестинације. Изградња треба да буде у складу са одрживим развојем туризма, односно да уместо инвестирања у луксузне објекте, саобраћајну инфраструктуру, инвестиције буду усмерене ка изградњи пешачких стаза, јавног превоза, соларних панела, зелених простора и друго. Од приватног сектора се очекује да поштују принципе одрживог развоја. Полазна основа за постизање стратегије *смањеног раста туризма* јесте да присуство мултинационалних компанија и повећан увоз у циљу развоја туризма није део одрживог развоја. Јавни сектор треба да створи услове за једнако учешће свих стејкхолдера, обезбеди планирање и спречавање негативних последица туризма, да подстиче путовања до дестинација у близини емитивних тржишта. Такође, у циљу *смањеног раста туризма*, јавни сектор треба да обезбеди и промовише квалитет производа и услуга који не подразумева луксузне услуге мултинационалних компанија, већ јединствене садржаје које нуди локална заједница у складу са својим идентитетом и културом (Andriotis, 2018).

3.5.3. Примери прекомерног туризма

Прекомерни туризам у неким туристичким дестинацијама доводи до озбиљне *туризам-фобије*, јер локално становништво толико постаје незадовољно да организује *анти-туристичке* протесте са различитим слоганима (Nawrocka, 2020): „Туризам убија наш град”, „Туризам=Тероризам”, „Туристи: Ваше луксузно путовање је моја свакодневна мизерија”, „Туристи идите кући” и слично. Протести су најпре организовани у Венецији и Барселони, а затим и Сан Себастијану, Риму и Дубровнику (The Guardian, 2017).

Венеција (Италија) је један од најистакнутијих примера *прекомерног туризма* (Seraphin *et al.*, 2018; Visentin & Bertocchi, 2019). Град Венеција покрива површину од приближно 414,57 km^2 и има 258.325 становника (World Population, 2022). Еколошки осетљива, Венеција и њена непосредна околина угрожене су због повећаног броја туриста, нарочито због врсте туризма која у њој преовлађује – *крузинг* туризма (Benner, 2019). *Крузинг* туризам угрожава одрживи развој Венеције, јер је током шпица сезоне око

30.000 крузинг путника дневно посети, и они, како локално становништво истиче, негативно утичу на културу и животну средину (Haince, 2016). Током последње две деценије, број туриста у Венецији се драстично повећао (Bertocchi *et al.*, 2020). Број туриста у 2019. години износио је 5.523.000. Због пандемије COVID-19, тај број је драстично опао у 2020. години (1.338.000), али је већ у 2021. дошло до поновног раста (2.121.000) (Statista, 2022). Према овим подацима број туриста је у периоду пре пандемије био чак 21,4 пута већи од броја становника, док је у периоду пандемије нажалост број туриста и даље био већи од броја становника и то за 5,2 пута у 2020. години и 8.2 пута у 2021. години. Венеција своју економију базира на туризму, међутим локално становништво због туризма више и не жели да живи у свом граду и селе се у друга оближња места. Због овог убрзаног исељавања, Венеција може постати „град музеј” (González, 2018). Само неки од разлога за напуштање овог града су високи трошкови живота, нарочито високи трошкови становања, али и смањење квалитета живота (на пример: константно нестају традиционалне продавнице и замењују се сувенирницама лошег квалитета) (Venezia Autentica, 2022). У Венецији постоје бројни проблеми у вези њене одрживости, а нарочиту опасност представљају утицаји коришћења саобраћаја, ерозија тла, загађење водених површина и огроман број туриста и посетилаца (UNESCO, 2021a). У циљу смањења броја туриста у Венецији ће од јануара 2023. године туристи морати да резервишу свој долазак преко новог дигиталног система, а многи ће морати да плаћају дневну накнаду и износу од 3 до 10 евра, у зависности од тога колика је гужва у Венецији у то време (Povoledo, 2022).

У контексту *прекомерног туризма* често се спомиње и Барселона (Шпанија) (Goodwin, 2019a). Барселона је други по величини град Шпаније који има 5.658.472 становника (World Population, 2022a). У 2019. години овај град је посетило чак 30.000.000 посетилаца, што је чак 5,3 пута више него број становника у овом милионском граду (Nault, 2022). Када је у питању Барселона, али и претходно наведена Венеција, проблем је што велики број посетилаца стиже одједном. Око половине од укупног броја посетилаца на годишњем нивоу су једнодневни гости, од којих већина укључује *крузинг* туристе. Проводећи само неколико сати у граду, посетиоци имају ограничен радијус кретања и посећују свега неколико кључних туристичких локација: *Sagrada Familia*, *Parc Güell*, *La Rambla*, *La Boqueria Market*. Осим у главним угоститељским објектима и на тезгама са сувенирима, мало новца троше туристи и посетиоци Барселоне, а гужва је непријатна како за становнике, тако и за остале туристе. У случају *крузинг* туриста, многи ће резервисати обиласке града које им организују *крузинг* компаније, што значи да се у граду *оставља* мање новца (Responsible Travel, 2022). Током пандемије број туриста у Барселони опао је на 2,8 милиона (Nault, 2022), што даје овом граду шансу да се боље опорави од огромног броја туриста и креира нова решења за *прекомерни туризам*.

4. Одрживи развој туристичке дестинације

4.1. Примена принципа одрживог развоја туристичке дестинације

Имајући у виду негативне утицаје које туризам може имати, одрживи развој данас је постао неопходност у развоју туристичких дестинација. Одрживи развој се посматра као једино право решење које би туристичке дестинације требало да примене како би се спречили или минимизирали негативни утицаји туризма (Milićević *et al.*, 2016a). Савремени приступи истичу значај одрживог развоја у успостављању успешног менаџмента туристичке дестинације (Јегдић и Марковић, 2011) и ради постизања дугорочне конкурентности туристичке дестинације (Ritchie & Crouch, 2003). Одрживи развој туристичке дестинације може се посматрати као сложени задатак који подразумева координацију три главна принципа одрживог развоја (Костић и Милићевић, 2018; Maksin *et al.*, 2009):

- Принцип економске одрживости – туристичка дестинација мора да успостави економски ефикасан развој туризма. Економску одрживост туристичке дестинације треба усмерити ка остваривању економског успеха, а да при томе не дође до негативних економских ефеката. Економска одрживост обезбедиће финансијску основу за успешну примену одрживог развоја.
- Принцип социо-културне одрживости – туристичка дестинација мора да развија туризам тако да не угрожава друштвену једнакост, већ треба да тежи пружању једнаких могућности свима, очувању и јачању друштвеног и културног интегритета и традиционалних вредности локалног становништва.
- Принцип еколошке одрживости – туристичка дестинација мора креирати туризам који неће нарушити основне еколошке процесе, биодиверзитет, природно наслеђе и ресурсе. Код еколошке одрживости битно је нагласити да туризам треба да тежи заштити животне средине и да рационално користи њене ресурсе.

Претходно наведене принципе није могуће остварити уколико се не организује адекватан дестинацијски менаџмент који ће ради постизања одрживог развоја туризма: успоставити проактивно планирање; вршити истраживања ради контроле и ревизије постигнутих резултата; мерити утицаје туризма и пратити трендове и промене у области одрживог развоја (Holloway & Humphreys, 2012). За разлику од традиционалног маркетинга у туризму, који је обично усмерен на повећање броја туриста и подстиче хедонистички конзумеризам, неопходно је применити маркетинг одрживог развоја туризма. Овај савремени концепт маркетинга у туризму користи маркетиншке вештине и технике са циљем постизања одрживог развоја, тако што ће разумети потребе тржишта, дизајнирати одрживије производе и убедљивије методе комуникације како би се десиле промене у понашању туриста (Font & McCabe, 2017).

Упркос растућем интересу да се стејкхолдери укључе у одрживи развој туристичке дестинације, тај процес је у пракси сложен, проблематичан и недовољно истражен (Friedman & Miles, 2006). С друге стране, недостатак или неефикасно учешће

стејкхолдера је главна препрека за реализацију одрживог развоја туристичке дестинације и још увек није довољно јасно како најбоље решити овај проблем. У одрживом развоју потребно је координисање великим бројем стејкхолдера, њиховим различитим интересима и сложеним односима. То укључује потребу за адекватним лидерством, добрим подстицајним мерама, усаглашеном визијом, циљевима и интересима свих стејкхолдера (Waligo *et al.*, 2013). Један од модела који омогућава укључивање свих стејкхолдера у одрживом управљању туристичком дестинацијом је *VICE* модел који обухвата (Van Niekerk & Coetzee, 2011, стр. 350) (Слика 5):

- посетиоце (енгл. *Visitors*) – познавање економских, социо-културних и психолошких карактеристика посетилаца је важно за одрживост туристичке дестинације;
- туристичку привреду (енгл. *Industry*) – која пружа производе и услуге у туризму и од које се очекује примена принципа одрживог развоја;
- локалну заједницу (енгл. *Community*) – која највише уочава и трпи последице развоја туризма, због чега треба истраживати њихове ставове о утицајима туризма;
- окружење (енгл. *Environment*) – у којој се налазе природни и изграђени фактори неопходни за развој туризма, али и остали субјекти и појаве које утичу на туризам.

VICE модел подразумева „управљање туристичком дестинацијом тако да задовољава потребе посетилаца, доприноси просперитету и профитабилности туристичке привреде, финансијској независности и унапређеном квалитету живота локалне заједнице и штити и обогаћује окружење” (Попеску, 2011, стр. 95, 96).



Извор: Van Niekerk, & Coetzee, (2011, стр. 350); Vuković & Mihailović, (2017, стр. 46), Костић и Милићевић, (2018, стр. 151)

Како би запослени у туризму знали које активности да примењују и на који начин континуирано да раде на постизању дестинацијске одрживости, потребно је обезбедити и адекватне обуке (Holloway & Humphreys, 2012). Оваква потреба довела је до настанка концепта под називом *зелени менаџмент људских ресурса* (енгл. *Green Human Resource Management*). Овај нови приступ у менаџменту људских ресурса промовише одрживи развој и одрживо коришћење ресурса у организацијама (Ahmad, 2015). Уз помоћ *зеленог* менаџмента људских ресурса утиче се на свест запослених о потреби примене одрживих принципа и активности у пословању, које укључују: смањење расипања ресурса, енергије, воде и сировина, смањење оперативних трошкова, оптимално коришћење канцеларијских простора и опреме, рециклирање, поделу посла, *online* састанке и обуку у случају велике удаљености запослених и сарадника и слично (Ђорђевић & Ћелић, 2021; Harb & Ahmed, 2019).

Примена одрживог развоја туристичке дестинације се може наћи и у изградњи рецептивних капацитета. Улажу се напори да се креира јединствена архитектура туристичке дестинације која поштује принципе одрживог развоја (Nitti *et al.*, 2017; Feio & Guedes, 2013; Wijaya, 2019) и јавља се такозвана *зелена* градња. *Зелена* градња значи градити са циљем да се обезбеди добробит људи, односно како би се одржало њихово добро физичко и психичко стање, социо-економска равнотежа и заштита животне средине (D'Alessandro, 2016). У том стилу се граде и *зелени* хотели који су оријентисани на очување животне средине и који рационалније троше ресурсе. Применом савремених метода хотелског менаџмента *зелени* хотели смањују потрошњу енергије и воде, као и емисију угљен-диоксида; брину о одлагању чврстог отпада и врше рециклажу отпадних материјала (Milićević & Jovanović, 2013; Milićević *et al.*, 2016a).

Одрживи развој туризма доноси предности туристичкој дестинацији тиме што чува животну средину, природне и културне ресурсе и атракције, чисте пределе, негује јединствене културне вредности што привлачи туристичку тражњу. Тиме одрживи туризам доприноси свеопштој конкурентности туристичке дестинације и унапређује квалитет живота локалног становништва. Поред тога, мотивација за прихватање одрживих пракси у туристичкој дестинације је смањење трошкова услед одговорног понашања, примена савремене технологије и рационалније коришћење ресурса (Hassanli & Ashwell, 2020).

Главни изазови у имплементацији одрживог развоја туристичке дестинације је што не постоји адекватно лидерство, односно вођење целокупног процеса имплементације одрживог развоја и што је профит и даље један од водећих интереса у туризму. Поред тога, дешава се да поједини стејкхолдери не учествују у одрживом развоју (на пример: националне туристичке организације, туристи, локална заједница и други). Туристичка привреда често не прихвата одговорност за негативне утицаје које ствара, док се чини да друштво још увек није у потпуности разумело потребу примене одрживог развоја (Gössling *et al.*, 2009; Ђорђевић *и сар.*, 2018).

4.2. Носећи капацитет туристичке дестинације

Концепт носећег капацитета први пут је поменут 1936. године (Manning, 2002). Његова примена на нивоу туристичке дестинације од значаја је за постизање одрживог развоја. Са појавом *прекомерног туризма*, носећи капацитет је још више у фокусу научних истраживања (Butler, 2019), нарочито са аспекта начина мерења за различите типове дестинација (Zelenka & Kacetl, 2014). Од како се појавила забринутост у академским и политичким круговима за утицаје туризма, као један од најранијих покушаја да се дефинишу границе туристичког раста употребљен је концепт носећег капацитета. Када се процењују ограничења туристичког развоја или коришћење ресурса у туризму, мерење носећег капацитета се концентрише на локалне факторе, без обзира да ли је у питању рецептивна дестинација, атракција или било која друга просторно дефинисана јединица у туризму (Kennell, 2016).

Носећи капацитет се дефинише као максимални број људи који могу посетити туристичку дестинацију у исто време, а да притом не дође до негативних економских, социо-културних и еколошких утицаја и до смањења квалитета задовољства туриста (UNWTO, 1981; UNWTO *et al.*, 2018). Узимајући у обзир утицаје које туризам остварује у туристичкој дестинацији, носећи капацитет туристичке дестинације може бити (Костић и Милићевић, 2018; Kostopoulou & Kyritsis, 2006; Castellani *et al.*, 2007):

- Економски носећи капацитет – максималан број туриста који може посетити дестинацију, и који не доводи до економски неприхватљивог развоја туризма. Таква ситуација може проizaћи из два услова: 1) када туризам омета друге економске активности; 2) када присуство великог броја туриста чини дестинацију непривлачном. Индикатори овог носећег капацитета могу бити различити економски показатељи попут зарада и инвестиција у туризму, запосленост, јавни расходи и приходи и друго.
- Психолошки капацитет – односи се на перцепцију и задовољство туриста, које варира у зависности од типа туриста, одмора и дестинација. Овај носећи капацитет се утврђује истраживањем ставова, мишљења и перцепција туриста о развоју туризма у дестинацији и утицајима које остварује. Такви ставови се разликују по различитим основама, што је отежавајући фактор у одређивању овог носећег капацитета. Задовољство туриста се процењује путем анкетирања.
- Социо-културни носећи капацитет – максималан број туриста који може посетити дестинацију, и који не доводи до тога да друштвени и културни аспекти туристичке дестинације буду под негативним утицајем туризма; прекорачење овог носећег капацитета може довести до сукоба између туриста и локалног становништва, стварајући социјалне тензије. Индикатори овог капацитета су демографски показатељи, запосленост, понашање, здравље и безбедност, психолошка питања, ставови локалног становништва који се анализирају анкетирањем и друго).
- Еколошки носећи капацитет – подразумева максималан број туриста који може посетити дестинацију и који не наноси штету природном и културном наслеђу дестинације; еколошки носећи капацитет дестинације се стога утврђује анализом

компоненти животне средине (на пример: количина и доступност водних ресурса, стање биодиверзитета, квалитет ваздуха, загађење буком, потрошња енергије, одлагање отпада, стање културног наслеђа, туристичка инфраструктура, загађеност земљишта, нарушавање пејзажа, ограничења за изградњу нових објеката и друго).

Процена носећег капацитета у пракси представља проблем, јер носећи капацитет није фиксна величина, већ метода процене која зависи и од типа дестинације и њених карактеристика, типа туриста и њихових активности, врсте туризма и других фактора (Županović, 2014). Поред тога проблем у мерењу носећег капацитета представља следеће (Simón, 2004, стр. 277):

- носећи капацитет може се различито тумачити у зависности од онога ко посматра ситуацију у туристичкој дестинацији, односно не постоји универзални приступ носећем капацитету;
- постоје различити стандарди за мерење носећег капацитета туристичке дестинације;
- носивост је динамичан и флуидан концепт и може зависити од брзине промена у окружењу и од утицаја туризма;
- постоје потешкоће у предвиђању утицаја туризма и самим тим и у процени носећег капацитета туристичке дестинације, јер се утицај може препознати само ако је лако уочљив, док одређени обим и величина утицаја на основу које се он детектује могу бити веома варијабилни;
- тешко је у пракси измерити носећи капацитет, јер проблеми постоје у примени квантитативних мерења, али и квалитативних мерења носећег капацитета;
- процена носећег капацитета мора да се врши више пута и то: пре, током и након било каквог развоја који се тиче туризма;
- решења за мерење носећег капацитета туристичке дестинације која предлажу различити стручњаци често не наилазе на општу сагласност међу стејкхолдерима;
- постоје и критике носећег капацитета туристичке дестинације јер се истиче да је овај концепт недовољно дефинисан у теорији, његова потпуна имплементација је нереална и немогуће је успоставити његово адекватно мерење.

4.3. Развој одрживих врста туризма у туристичкој дестинацији

Генерално посматрано, све врсте туризма могу дати свој допринос развоју одрживог туризма и могу постати део одрживог развоја. Ипак, постоје одређене врсте туризма које се развијају насупрот традиционалном масовном и *прекомерном* туризму и често се издвајају као врсте које су тренутно највише усклађене са принципима одрживог развоја туристичке дестинације. На првом месту је то екотуризам, сеоски туризам, *туризам локалних заједница* (енгл. *Community Based Tourism*) (Juganaru *et al.*, 2008). Поред тога као шанса за одрживи развој туризма препознаје се и здравствени туризам (Illario *et al.*, 2019).

Екотуризам се врло често одвија у заштићеним природним подручјима, областима изузетне природне лепоте и културних вредности, или генерално у оним областима која поседују одређени еколошки значај који туристи препознају (Wearing & Neil, 2009). Екотуризам, али и све друге одрживе врсте туризма требало би да остварују минималан утицај на животну средину, да поштују културу локалног становништва, да доносе економску корист туристичкој дестинацији, и да пружају задовољство туристима (Fennell, 2008). Ова врста туризма се може посматрати као важан инструмент туристичке политике у циљу постизања циљева одрживог развоја, као што су опште благостање локалног становништва, очување ресурса животне средине и биљних и животињских врста туристичке дестинације (Das & Chatterjee, 2015). Ипак, тешко је измерити ове позитивне утицаје. Овакви бенефити екотуризма често се доводе у везу са тим да ова врста туризма доноси економске користи које касније могу допринети заштити и очувању животне средине, и има едукативну компоненту, јер доприноси повећању еколошке свести (Ramírez & Santana, 2019).

Рурални туризам подразумева врсту туризма у којој је искуство туриста повезано са активностима заснованим на природи, пољопривреди, руралном начину живота, локалној култури и традицији, и разгледању. Активности руралног туризма се одвијају у руралним подручјима са следећим карактеристикама (UNWTO, 2019б): 1) ниска густина насељености, 2) доминирају пољопривреда и шумарство и 3) традиционална друштвена структура и начин живота. Рурална подручја карактерише јак осећај заједништва, локалне, а не космополитске културе и начин живота који је спорији у поређењу са урбаним срединама (Podovac & Jovanović Tončev, 2016). Рурални туризам ствара многе могућности за запошљавање локалног становништва, повећава животни стандард, ублажава сиромаштво и стога спречава миграцију из руралних у урбана подручја (Boz *et al.*, 2017).

Туризам локалних заједница односи се на врсту туризма у којој су туристичка искуства вођена од стране локалне заједнице – непрофитне организације, задруге, предузећа у власништву локалног становништва (The Global Community Tourism Network, 2022). Оно што је најважније, ово осигурава да локална заједница увек има контролу над својом локалном туристичком привредом, доносећи кључне одлуке и постављајући своја ограничења. У многим случајевима, *туризам локалних заједница* се заснива на стварању реалних искустава о томе какав је живот у областима у развоју, а јединствен или необичан смештај је основна карактеристика туристичке понуде (Revfine, 2022).

Познат је веома позитиван утицај привремене промене животне и радне средине на психо-физичко стање човека, а посебно позитиван ефекат боравка у климатски пријатном и првенствено лековитом и чистом природном окружењу. Из тих разлога здравствени туризам је добио на значају. Здравствени туризам обухвата јединствену комбинацију елемената попут природних лековитих фактора, затим *wellness*, медицинских и природних и културних атрактивности, али и осталих елемената туристичке понуде који су због своје атрактивности и лековитог дејства најјачи разлог за путовања здравствених туриста (Cvijanović *et al.*, 2019).

Поред поменутих врста туризма у контексту одрживог развоја туризма спомиње се и *меки* (енгл. *Soft*) туризам који представља облик путовања који даје предност локалним искуствима, образовању, поштовању локалне културе и избегавању популарних места у туризму и гужви (Revfine, 2022). Такође, спомињу се и појмови *волонтуризам* (енгл. *Voluntourism*) у контексту доприноса туриста локалним заједницама и *одговорни туризам* (енгл. *Responsible Tourism*) који се базира на истим принципима као и одрживи развој туризма и не представља врсту туризма већ само нови термин за одрживост који сугерише да све врсте туризма треба да теже постизању циљева одрживог развоја туризма (Sustainable Tourism, 2022a). Управо као последица тежње да туризам буде усмерен ка оваквом циљу помињу се (Herbold *et al.*, 2020, стр. 4):

- *туризам у корист сиромашних* (енгл. *Pro-Poor-Tourism*), који се односи на смањење сиромаштва, тако што ће се увећати користи од туризма за сиромашније становништво;
- *туризам који се базира на фер размени* (енгл. *Fair Trade Tourism*), који подразумева равномерну и правичну расподелу користи од туризма између стејкхолдера.

**III ДЕО: УЛОГА ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА ТУРИСТИЧКЕ
ДЕСТИНАЦИЈЕ У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА**

1. Локално становништво као стејкхолдер у развоју туризма туристичке дестинације

1.1. Функција локалног становништва у развоју туризма туристичке дестинације

Локално становништво туристичке дестинације се описује као заједница односно група људи са заједничким идентитетом и заједничке су им активности у различитим сферама живота. Као заједнице које живе у одређеном подручју оне имају одређена права у вези са тим подручјем и његовим природним ресурсима и јаку везу са тим местом у културном, друштвеном, економском и духовном смислу (Scherl & Edwards, 2007). То је група људи који живе или раде у истом месту и деле заједничку културу и/или интересе. Дакле, локално становништво није само заједница која живи на одређеном подручју, већ имају заједнички интерес за ресурсе тог подручја (Aref *et al.*, 2010). У циљу њиховог изучавања у контексту туристичке дестинације, локално становништво се посматра као скуп људи који живе у оквиру географски дефинисаног подручја који имају социјалне и психолошке везе једни са другима и са местом где живе (Mattessich & Monsey, 2004).

Као што је претходно поменуто, саставни део развоја туристичке дестинације чине бројни стејкхолдери, од којих је локално становништво међу кључним стејкхолдерима. Како се у њиховом месту развија туризам, локално становништво се сматра легитимним актерима у развоју туризма. Локално становништво туристичке дестинације се може поделити у две категорије (Mayers, 2005; Gunawijaya & Pratiwi, 2018):

- стејкхолдери који утичу на одлуке;
- стејкхолдери на које одлуке утичу.

Једна од функција локалног становништва у развоју туристичке дестинације је та што ће њихово учешће вероватно помоћи у формулисању прикладнијих одлука у туризму, што ће са друге стране утицати на већу мотивацију локалног становништва да узме учешће у развоју туризму (Li, 2004). Степен укључености локалног становништва у туристичку политику и одлучивање, одређен је обимом у којем туризам утиче на локално становништво или колико их се тиче оваква политика и одлучивање. Заступљеност интереса локалног становништва у развоју туризма је сложено питање које треба пажљиво решавати. Постоји нејасан опис улога локалног становништва и начина на који су њихови ставови укључени у цео процес планирања и развоја туризма. Истичу се бројне улоге које би локално становништво могло да преузме у развоју туризма, али није довољно познато како локално становништво заиста перципира те улоге и своје учешће у туризму (Muganda *et al.*, 2013).

Локално становништво је неизоставни и кључни елемент у формирању туристичке понуде готово сваке дестинације. Они могу бити туристички водичи, запослени у угоститељским објектима, туристичким организацијама и у другим туристичким предузећима, али и власници углавном малих породичних предузећа у туризму.

Локално становништво ради и у другим предузећима која су део туризма као система, попут саобраћајних предузећа, затим банкама, али и болницама, полицији и у осталим јавним службама без којих развој туризма не би био потпун (Godfrey & Clarke, 2000). Њихова функција се још огледа у томе што пружају информације туристима, и у томе што заједно са својом културом, идентитетом, обичајима, производима, услугама, гастрономијом и начином живота могу бити интересантни туристима довољно да их то мотивише да посете туристичку дестинацију (Soeroso & Susilo, 2014; Ruastiti *et al.*, 2018; Hongnual *et al.*, 2021).

1.2. Значај локалног становништва за развој туризма туристичке дестинације

Значај локалног становништва за развој туризма се истиче кроз значај њиховог укључивања у развој туризма. Када је локално становништво укључено у развој туризма то их чини активним партнером осталим стејкхолдерима и обезбеђује им посебан удео у развоју туристичке дестинације и посвећеност квалитету животне средине. Да би туристичка дестинација била дугорочно конкурентна и да би развој туризма био успешно реализован, неопходно је укључити локално становништво у планирање и одлучивање у туризму. За тако нешто постоје примери у пракси, а то је учешће локалног становништва у различитим пројектима туризма у Француској, Шпанији, и у руралним крајевима Грчке (Dolma Eco Tourism, 2018).

Локално становништво треба да буде укључено у планирање туризма из неколико разлога (Jaafar *et al.*, 2015, стр. 401):

- имају информације о томе како се туристичка дестинација у прошлости прилагођавала променама;
- они највише трпе позитивне и негативне утицаје туризма;
- чине саставни део туристичке понуде.

Значај локалног становништва се у литератури најчешће спомиње у контексту одрживог развоја туризма, јер од њиховог учешћа у туризму зависи успех у постизању одрживости туристичке дестинације (Bagus *et al.*, 2019; Jaafar *et al.*, 2015; Sutawa, 2012; Cole, 2006; Wondirad & Ewnetu, 2019). Да би се успоставили економски, социо-културни и еколошки принципи одрживог развоја туристичке дестинације потребно је све веће укључивање друштвених, економских и јавних актера, али и стварање локалних мрежа заснованих на сарадњи између локалних самоуправа, удружења и организација као и локалних предузећа. Локално становништво је део туристичке дестинације и немогуће је искључити их потпуно из туризма (и када не учествује, локално становништво трпи утицаје развоја туризма). Они најбоље познају локалне природне и културне ресурсе, информације о историји, развоју дестинације, али и о различитим капацитетима дестинације и њеним могућностима да поднесе развој туризма. Због тога укључивање локалног становништва углавном има довољно сазнања о томе како може туризам у дестинацији да се развија на одрживи начин и највише

интереса да се заштити животна средина, јер ће чиста и здрава средина омогућити њима квалитетнији живот (Michniewicz-Ankiersztajn *et al.*, 2018).

Оно што у основи чини туристичку дестинацију је локално становништво, инфраструктура и објекти намењени њима и њихова култура. Без локалног становништва се не може замислити успешан развој туристичке дестинације. Заједно са својим гостопримством, својим производима и услугама, својим предузећима и организацијама, својом културом, они су неизоставни део туристичке понуде дестинације. Перцепције туриста о туристичкој дестинацији заснивају се на евалуацији ставова локалног становништва према туризму, стања њиховог окружења у којем живе, инфраструктуре коју користе, догађаја који се организују. Поред тога локално становништво значајно утиче на целокупни доживљај туриста у туристичкој дестинацији (López Guzmán *et al.*, 2011). Овај аспект је посебно важан, јер туристи све више захтевају аутентичне туристичке производе и више интеракције са локалним становништвом (Paulauskaite *et al.*, 2017). У литератури се истиче да локално становништво има значајну улогу у кокреирању туристичког искуства. Примењено у контексту туризма, кокреирање искуства ствара додатну вредност не само за туристе, већ и за локално становништво, и самим тим доприноси јединствености и аутентичности туристичке дестинације и обостраној користи поменутих учесника (Binkhorst & den Dekker, 2009). Стога, ангажовање локалног становништва може бити ефикасан начин да се развија и промовише туризам и креира квалитетно искуство туристе у туристичкој дестинацији. Треба истаћи да је процес укључивања локалног становништва у развој туризма сложен и тежак (Wilson *et al.*, 2001).

1.3. Учешће локалног становништва у развоју туризма туристичке дестинације

Постоје различити нивои учешћа локалног становништва у развоју туризма дестинације од једноставног пружања информација до потпуне одговорности у туризму. Учешће локалних заједница у развоју туризма зависи и од начина организовања туризма у дестинацији. На пример, у већини земаља у развоју, процес доношења одлука и креирање политике обично иде одозго надолу и њиме доминирају влада, приватни сектор и/или невладине организације. У таквој организацији, упитно је колико локално становништво може да учествује у процесу доношења одлука везаних за развој туризма у дестинацији (Muganda *et al.*, 2013).

Учешће у развоју туризма дестинације значи да локално становништво има прилику да изрази своје наде, жеље и забринутост у вези са развојем туризма, што се може искористити као инпут у процесу планирања. Постоји шест категорија учешћа локалног становништва у туризму (Bagus *et al.*, 2019, стр. 71):

- *пасивно учешће* – људи учествују тако што им се каже шта је одлучено или шта се десило;
- *учешће кроз консултације* – локално становништво учествује кроз консултације или одговоре на питања у вези развоја туризма. Међутим, они и даље не учествују у процесу доношења одлука, док надлежни, односно људи који

учествују у развоју туризма, сматрају да нису у обавези да прихвате ставове локалног становништва;

- *купљено учешће* – локално становништво учествују у развоју туризма у замену за храну, новац или друге материјалне подстицаје. Онда када се такви подстицаји прекину, локално становништво губи интересовање за даље учешће;
- *функционално учешће* – локално становништво учествују у развоју туризма формирањем одређених група како би испунили унапред одређене циљеве;
- *интерактивно учешће* – људи учествују у заједничкој анализи развоја туризма, изради акционих планова и формирању локалних група које учествују у туризму, јачању локалног становништва, њихових институција и организација на локалном нивоу. Локално становништво се укључује тако што анализира на који начин се користе расположиви ресурси за развој туристичке дестинације;
- *самомобилизација и повезаност* – локално становништво учествује преузимајући иницијативу независно од спољних стејкхолдера који желе да воде развој туризма. Успостављају различите контакте који им помажу у управљању ресурсима и пружању различитих савета који су им неопходни. Оваквим учешћем локално становништво задржава контролу над коришћењем ресурса туристичке дестинације.

Локално становништво се може укључити у развој туризма туристичке дестинације на различите начине, као на пример кроз (Nagarjuna, 2015, стр. 15): „запошљавање у туризму, локално предузетништво, изнајмљивање земљишта за туризам, склапање партнерских уговора са организацијама и предузећима у туризму, учешће у планирању и доношењу одлука у вези са развојем туризма” (Табела 4).

Табела 4. Различити начини учешћа локалног становништва у туризму

Врста предузећа или неке друге организације	Учешће локалног становништва	Пример
Приватни бизнис у власништву или вођен од стране појединаца изван дестинације	<ul style="list-style-type: none"> – Запослење – Снабдевање производима и услугама 	<ul style="list-style-type: none"> – Особље у хотелима, ресторанима, туристичким агенцијама – Продаја пољопривредних производа угоститељским предузећима
Предузеће или организација у власништву или вођена од стране локалног предузетника	<ul style="list-style-type: none"> – Предузетништво – Запослење – Снабдевање производима и услугама 	<ul style="list-style-type: none"> – Продаја занатских производа и хране – Издавање смештаја – Нуђење услуге водича

Табела 4. Наставак

Врста предузећа или неке друге организације	Учешће локалног становништва	Пример
Предузеће или организација која припада групи локалног становништва	<ul style="list-style-type: none"> – Колективно власништво – Групни или појединачни менаџмент – Запослење 	<ul style="list-style-type: none"> – Културни центар – Центар за уметност и занате
Заједничка улагања између приватног сектора и локалног становништва	<ul style="list-style-type: none"> – Уговорне обавезе – Учествовање у приходима, закупу, улагању у ресурсе, и учешће у процесу доношења одлука 	<ul style="list-style-type: none"> – Приходи и расходи остварени заједничким улагањем деле се са локалним становништвом на основу уговорних обавеза, која још одређују закуп земљишта, ресурса, рецептивних капацитета и слично
Организације које се баве планирањем туризма	<ul style="list-style-type: none"> – Консалтинг, заступање интереса локалне заједнице, учешће у планирању 	<ul style="list-style-type: none"> – Консултације локалног становништва са носиоцима планирања и заступање локалне заједнице приликом планирања у туризму на различитим нивоима

Извор: Nagarjuna (2015, стр. 16)

Локално становништво мора да се организује на свим нивоима како би ефикасније учествовало у развоју туризма и да оствари добру комуникацију са јавним сектором и другим стејкхолдерима и то на различитим нивоима управљања туристичком дестинацијом. Поред тога, они би требало да идентификују потенцијалне туристичке ресурсе и атракције унутар својих дестинација и подрже *одговорни* туризам и одрживи развој туристичке дестинације. Треба да теже учешћу у туризму ради доношења одлука које су у складу са интересима локалне заједнице. Такође, локално становништво би требало да блиско сарађује са невладиним организацијама (на пример: ради едукације о различитим пројектима развоја туризма). Њихова улога у развоју туристичке дестинације мора бити проактивна како би се осигурале бенефиције од туризма и бољи квалитет живота (Aref *et al.*, 2010).

2. Модели и скале за мерење утицаја развоја туризма на локално становништво туристичке дестинације

2.1. Модел *IRIDEX*

Како се број туриста у туристичкој дестинацији повећава све је већи број рецептивних капацитета и јављају се гужве у дестинацији и бројни негативни утицаји туризма који ометају живот локалног становништва. Интензивирањем развоја туризма у дестинацији може се утицати на промене у ставовима локалног становништва према туристима и генерално према туризму, које доводе до страха од губитка идентитета локалне заједнице. Модел *IRIDEX* развијен је 1975. године на примеру Барбадоса и Мајорке као модел који описује ставове локалног становништва према развоју туризма у дестинацији (Дохеу, 1975). На основу овог модела ставови локалног становништва су на почетку позитивни, али касније постају негативни. Модел указује на то да се ставови становника према туризму мењају током времена унутар предвидљивог једносмерног низа фаза. То сугерише да ставови и реакције становника према туризму имају карактеристику хомогености (Wang *et al.*, 2007).

Према овом моделу ставови становника према туризму могу проћи кроз низ фаза од еуфорије, преко апатије и иритације, до антагонизма, пошто уочени негативни ефекти туризма премашују очекиване позитивне ефекте. Фазе овог модела се могу описати на следећи начин (Костић и Милићевић, 2018; Scholtz, 2014):

- *еуфорија* – када туризам тек почиње да се развија у туристичкој дестинацији, карактеристично је то да је локално становништво љубазно према туристима јер су им туристи интересантни. Они ће их радосно дочекивати. Становници су срећни због развоја туризма у туристичкој дестинацији, јер такав развој доводи до отварања радних места, запошљавања и прихода. У овој фази туризам још увек није довољно развијен, не бележе се негативни утицаји. С једне стране локално становништво је одушевљено туристима, али и туристи су заинтересовани за дестинацију и њене елементе.
- *апатија* – јавља се када локално становништво развија *равнодушан* став према туристима. Број туриста се повећава, због чега односи између локалног становништва и туриста постају мање лични и више комерцијализовани. Туристи углавном бирају објекте који су искључиво намењени њима, због чега и локално становништво губи вољу за личним контактом и развија се формалнији однос према туристима. Маркетинг је у фокусу планирања.
- *иритација* – до ове фазе долази када локално становништво почиње да осећа да туристи мењају њихов начин живота. Гужве у туристичкој дестинацији постају осетније, путеви прометнији, расту цене у дестинацији и традиционални начин живота локалног становништва је угрожен. Расте број рецептивних капацитета, и често се локалном становништву чини да треба да направи одређене уступке ради бољег угођаја туристима током њиховог боравка у дестинацији. Негативни утицаји туризма су све већи и полако превазилазе позитивне. Локално становништво окупља протестне групе.

- *антагонизам* – у овој завршној фази модела долази до непријатељског става локалног становништва према туристима. Негативни утицаји надмашују позитивне утицаје туризма, а развој туризма се не успорава, нити зауставља. Становници почињу да доживљавају туристе као разлог својих економских и социјалних проблема. Становници почињу јавно да показују своја антагонистичка осећања јер су достигли тачку где осећају да треба нешто да предузму у вези са развојем туризма. Често туристе виде као уљезе у својој дестинацији, а јавља се чак и ксенофобија, јер локално становништво има изражен антагонистички став према туристима да их доживљава као освајаче и особе које ремете њихов начин живота. Опада репутације туристичке дестинације.

Овако постављен модел *IRIDEX* је једноставан у својој структури и често се спомиње када се разматрају потенцијални негативни аспекти туризма. Међутим, нису сви односи између туриста и локалног становништва тако једноставни и није сигурно да ће се ситуација развијати на описани начин. Постоје тумачења да однос локалног становништва према туризму не мора бити тако линеаран и да су многа друштва склона прилагођавању на новонастале ситуације у окружењу. Модел се може разматрати заједно са кривом животног циклуса дестинације коју је предложио аутор Butler, где је фаза истраживања у животном циклусу повезана са фазом еуфорије. Такође и међу осталим фазама се може направити паралела, нарочито у последњој фази антагонизма када је носећи капацитет туристичке дестинације прекорачен. Комбинацијом ова два приступа, добија се модел који разматра дешавања са аспекта туриста и локалног становништва како животни циклус дестинације напредује (Табела 5) (Beeton, 2006).

Табела 5. Модел *IRIDEX* и животни циклус дестинације

<i>IRIDEX</i> фазе	Реакције локалног становништва на повећање броја туриста у туристичкој дестинацији	Животни циклус дестинације
<i>Еуфорија</i>	Почетна фаза развоја дестинације коју карактерише ентузијазам и укљученост локалног становништва и њихов неформални контакт са туристима. Број туриста је и даље мали, туризам се развија без јасног плана, али ствара нове прилике за локално становништво.	<i>Истраживање + ангажовање</i>
<i>Апатија</i>	Формалнија интеракција локалног становништва са туристима, јер развој туризма перципирају као извор прихода и улагања.	<i>Развој</i>
<i>Иритација</i>	Растућа је забринутост локалног становништва услед повећаног броја туриста и спољних инвестиција. Локално становништво иритацију изражава вербално и физички.	<i>Консолидација</i>

Табела 5. Наставак

<i>IRIDEX</i> фазе	Реакције локалног становништва на повећање броја туриста у туристичкој дестинацији	Животни циклус дестинације
<i>Антагонизам</i>	Незадовољство локалног становништва због великог броја туриста доводи до сукоба. Јавља се <i>прекомерни туризам</i> и туристичка дестинација губи своју аутентичност. Локално становништво нарочито истиче негативне утицаје туризма.	<i>Стагнација (пропадање или подмлађивање)</i>

Извор: Kryczka (2019); Linderová *et al.* (2021)

2.2. Мерење ставова локалног становништва о развоју туризма

Став је психолошки концепт који се односи на човекову процену објеката, места и појава, која може бити позитивна или негативна (повољна или неповољна) (Choi & Sirakaya, 2005). Број студија о ставовима локалног становништва о туризму се последњих деценија увећао, због тога што је став према нечему показатељ будућег понашања у вези са предметом или појавом посматрања (Hadinjad *et al.*, 2019). Од како се увидео значај ставова и учешћа локалног становништва у туризму постоје напори да се креирају адекватни начини за мерење ставова локалног становништва о развоју туризма. Често се ради мерења односа локалног становништва према развоју туризма користе различити индикатори. Ти индикатори могу бити квантитативног и квалитативног типа и могу значајно описати тренутно стање социо-културних утицаја туризма (на пример: број запослених у туризму, број локалног становништва које издаје смештај, земљиште за потребе туризма, ставови локалног становништва о развоју туризма, о квалитету живота и слично) (Beeton, 2006).

Ставови локалног становништва о туризму се често истражују у оквиру истраживања утицаја туризма. Социо-културни утицаји туризма анализирани су са различитих аспеката укључујући односе између локалног становништва и туриста, квалитет њиховог живота, њихову финансијску зависност од туризма, учесталост контакта са туристима, приврженост туризму, као и локалној заједници, ставове локалног становништва о туризму у зависности од различитих карактеристика становника, али и карактеристика дестинације (Huber & Gross, 2021). Поред тога, ставови локалног становништва о туризму посматрани су и са аспекта привржености дестинацији (Gu & Ryan, 2008; Stylidis, 2020), која је постала важан концепт у истраживањима везаним за туризам (Dwyer *et al.*, 2019), са аспекта дестинацијског имиџа (Stylidis, 2020), као и у зависности од социо-демографских карактеристика локалног становништва (Ko & Stewart 2002; Cavus & Tanrisevdi, 2003). Приликом мерења ставова локалног становништва у контексту развоја туризма у дестинацији испитује се и њихова спремност да учествују (Zhang *et al.*, 2013), или тренутно учешће у развоју туризма (Sharma & Dyer, 2009), као и њихова подршка за развој туризма (Hanafiah *et al.*, 2013) и ставови у зависности од врсте туризма (Del Chiappa & Melis 2015).

У циљу испитивања ставова користе се квантитативне, квалитативне и комбиноване методе. Приликом коришћења квантитативних метода најчешће се подаци анализирају уз помоћ статистичких метода као што су факторска анализа, регресија, *t-test*, *SEM* (енгл. *Structural Equation Modelling*). У случају квалитативних метода за анализу података користе се *Q* метода, *AI* метода (*Appreciative Inquiry*), архивско истраживање, анализа друштвених медија и интервју (*Hadinejad et al.*, 2019). Ставови локалног становништва се мере уз помоћ анкетних упитника који садрже питања која се тичу предмета истраживања. У туризму се ставови локалног становништва мере у циљу постизања одрживог развоја, јер представљају начин за процену социо-културног носећег капацитета (*Guy & Rogers*, 1999). Одговори на дефинисана питања затвореног типа најчешће се изражавају уз помоћ петостепене или седмостепене Ликертове скале, како би се исказао степен сагласности или задовољства са понуђеном тврдњом (*Aref et al.*, 2009; *Dey et al.*, 2020; *Eraqi*, 2007; *Jadin & Rousseau*, 2022; *Sinclair Maragh et al.*, 2015; *Hanafiah et al.*, 2013). Ређе се користе анкетни упитници о ставовима локалног становништва о туризму где су питања отвореног типа (*Algassim et al.*, 2021; *Chandralal*, 2010; *Wang*, 2019).

Како би се креирале адекватне скале за мерење ставова локалног становништва треба испратити стандардну психометријску процедуру за развој скала, која има седам фаза (*Yu et al.*, 2009, стр. 58):

- одредити шта треба мерити;
- дефинисати елементе односно индикаторе који се мере;
- израдити коначну листу индикатора и одредити врсту скала оцењивања;
- проверити поузданост и валидност;
- поновити студију;
- прецизирати скалу на новом узорку (поново проценити поузданости и валидности скале путем потврних факторских анализа);
- успоставити норме (израдити стандарда и норми за доносиоце одлука).

2.3. *SUS-TAS* скала

Као основа за процену ставова локалног становништва према развоју одрживог туризма користи се *SUS-TAS* (енгл. *Sustainable Tourism Attitude Scale*). Скала је осмишљена на основу ранијих истраживања о утицајима туризма и директно усмерена ка принципима одрживог развоја. Креирали су је аутори *Choi* и *Sirakaya* (2005), који истичу да одрживи развој туризма подржава развој који је еколошки одговоран, друштвено компатибилан, културолошки прикладан, политички правичан, технолошки подржавајући и економски одржив за локално становништво. Структура ове скале базира се на томе да одрживи туризам мора да узме у обзир све компоненте одрживости укључујући (*Sirakaya-Turk et al.*, 2008): планирање, управљање посетиоцима, пуно учешће локалног становништва, планирање и управљање туризмом, подршку и развој политике на националном нивоу која омогућава одрживи развој туризма, праведну расподелу економских користи и заштиту ресурса заједнице.

Ова скала се састоји од 44 елемената, који су подељени на седам факторских домена, а то су: перципирани негативни друштвени утицаји (трошкови) (минимизација негативних утицаја на друштво и културу), одрживост животне средине (заштита ресурса, етика, политика, стандардизација и минимизација негативног утицаја), дугорочно планирање (дугорочно, интегрисано учешће), позитивни економски утицаји (економске користи) (оптимизација економских користи), туризам заснован на локалној заједници (користи локалног становништва у виду коришћења рекреативних објеката, креирање заједничког фонда локалне заједнице, политика чији је приоритет добробит локалног становништва, промоција локалног бизниса, учешће локалног становништва), обезбеђење задовољства туриста (задовољство туриста, одржавање атрактивности дестинације), и максимизирање учешћа заједнице (лидерство, активно учешће, учешће у доношењу одлука, сарадња, информације и комуникација). Њихов рад је обогатио сазнања о ставовима становника о развоју туризма (Yu *et al.*, 2009).

Скала је примењена и верификована више пута (Kvasova, 2011; Prayag *et al.*, 2010; Ribeiro *et al.*, 2018; Yu *et al.*, 2009). Тако развијена скала постаје поуздано и валидно средство које се користи за проучавање и процену субјективних ставова локалног становништва становника према одрживом развоју туризма (Jeelani *et al.*, 2022). *SUS-TAS* је развијена интеграцијом (Hsu *et al.*, 2020):

- одрживости која се базира на балансирању између економских, социо-културних и еколошких принципа;
- нове еколошке парадигме која се фокусира на очување ресурса и побољшање квалитета живота;
- *теорије социјалне размене* која се односи на размену између трошкова и користи.

3. Ставови локалног становништва о развоју туризма у туристичкој дестинацији

3.1. Теорија социјалне размене

Теорија социјалне размене (енгл. *Social Exchange Theory – SET*) је међу најзначајнијим концептуалним парадигмама за разумевање понашања запослених на радном месту. Корени ове теорије могу се пратити до 1920. године, и то у различитим научним дисциплинама као што су антропологија, социјална психологија и социологија. Ова теорија укључује низ међузависних интеракција које стварају обавезе, али имају потенцијал да развијају квалитетне друштвене односе (Cropanzano & Mitchell, 2005). Један од теоретичара у социологији Џорџ Хоманс (*George Homans*) фокусирао се између осталог на међуљудску размену, где је нагласак био на индивидуалном понашању актера у међусобној интеракцији. Он је дефинисао *социјалну размену* као размену активности, материјалних или нематеријалних елемената, који су мање или више исплативији или изискују одређене трошкове, између најмање две стране. Трошкови су посматрани првенствено у смислу алтернативних активности или прилика које су укључени актери пропустили (Cook *et al.*, 2013).

Поред антропологије, социјалне психологије и социологије *теорија социјалне размене* је један од најистакнутијих концепата у менаџменту. Иако постоји много варијанти *социјалне размене*, већина савремених модела у организационом понашању дели неколико заједничких карактеристика (Cropanzano *et al.*, 2017, стр. 480):

- почетно понашање актера према одређеном појединцу;
- реципрочне одговоре појединца на такву акцију у виду различитих ставова и понашања;
- формирање односа.

Према Mitchell *et al.* (2012) *социјалне размене* се заснивају на томе да постоје актери који зависе једни од других због вредних ресурса. Они се труде да се понашају на такав начин да повећају корист и позитивне вредности, смање трошкове и негативне вредности, и такве размене се понављају током времена са одређеним партнерима.

Концепт моћи (енгл. *Concept of Power*) је централна компонента *теорије социјалне размене*. Моћ у ситуацији размене одређена је нивоом контроле једног појединца преко ресурса који су потребни и вредни другом појединцу, односно актеру размене. Такав ресурс може бити имовина, новац, компетенције, знање, вештине које поседује особа и које се могу ставити на располагању другима као инструмент за задовољење потреба (Nunkoo, 2016). Ипак, иако размена укључује моћ, треба нагласити да је у њеној суштини сарадња, која треба да превазиђе негативан утицај надмоћи једног појединца над другим (Baldwin, 1978).

Теорија социјалне размене се користи у туризму у циљу анализирања подршке и ставова локалног становништва о утицајима туризма, за предвиђање будућег развоја

туризма, али и за анализу разних других питања, јер ова теорија се показала као успешна у објашњењу многих појава и односа у друштву. У туризму се примењује поједностављена *теорија социјалне размене*, у оквиру које се различити друштвени односи сагледавају кроз трошкове и користи, што је погодно за квантитативно истраживање (Zhang *et al.*, 2021). На основу *теорије социјалне размене* сматра се да ће се размена десити уколико њени актери верују да им таква размена пружа већу корист од неке друге актуелне опције, због чега се успоставља и наставља *социјална размена* на основу узајамне користи (Zafirovski, 2005).

Уз помоћ *теорије социјалне размене* могу се анализирати перцепције и ставови свих стејкхолдера према развоју туризма. Ипак, у литератури су се уз помоћ ове теорије углавном анализирали ставови локалног становништва и туриста о развоју туризма, док су ретке студије о ставовима осталих стејкхолдера (Kattiyarongprong *et al.*, 2018). Прецизније, *теорије социјалне размене* је једна од најкоришћенијих теорија на основу којих су се анализирали ставови локалног становништва у туризму (Hadinejad *et al.*, 2019). Из перспективе туризма, *теорија социјалне размене* предлаже да ће ставови појединаца према туризму и њихова подршка за развој туризма бити под утицајем њихових процена исхода туризма за њих (Stergiou, 2022), и за њихову локалну заједницу (Andereck *et al.*, 2005). *Теорија социјалне размене* је обезбедила концептуалну основу за испитивање међуодноса између перцепција о трошковима и користима, односно о позитивним и негативним утицајима туризма, али и на основу тога анализу подршке туризму. *Теоријом социјалне размене* закључило се да локално становништво запослено у сектору туризма, које има директне користи од туризма, има позитивније ставове према туристима и развоју туризма, док они који немају користи од развоја туризма ће вероватно имати негативне ставове. Генерално ставови локалног становништва према туризму зависи од њихових ставова о позитивним (користима) и негативним (трошковима) економским, социо-културним и еколошким утицајима (Ward & Berno, 2011).

Како би се разумела боље позиција и моћ једног актера у туризму у односу на другог (на пример: локалног становништва и инвеститора) њихов однос се може приказати уз помоћ матрице која приказује четири могућа исхода (Табела 6). Први квадрат описује ситуацију када обе стране имају висок ниво моћи. На примеру локалног становништва и инвеститора који жели да улаже у хотелске капацитете, то описује ситуацију која се често дешава на почетку развоја туризма у дестинацији. Тада се очекује да ће локално становништво прихватити изградњу хотела, јер види то као шансу за запослење, допуну садржаја у дестинацији, што превазилази њихове ставове о томе да ће таква изградња донети и евентуалне негативне утицаје. Инвеститору ће оваква ситуација донети свакако користи у виду профита и ширења пословања. Квадрат 2 и 3 приказују ситуацију у којој једна страна има већу моћ у размени, где долази до тога да страна која има мању моћ често мора да трпи неке негативне утицаје туризма или је у питању неки други губитак (трошак). На пример, инвеститору се можда не исплати градња хотела у дестинацији која има строге прописе који се тичу заштите животне средине (квадрат 2). Може да се деси да локално становништво нема никакве користи од развоја туризма и

да у дестинацију долазе инострани инвеститори који запошљавају радну снагу која није део локалног становништва дестинације (квадрат 3). Квадрат 4 се односи на ситуацију када ни једна страна нема користи од размене (Nunkoo, 2016).

Табела 6. Концепт моћи у теорији социјалне размене

		Моћ актера Б (на пример: инвеститор који улаже у изградњу хотела)	
		Висока	Ниска
Моћ актера А (на пример: локално становништво)	Висока	Квадрат 1 Баланс у социјалној размени <i>Ситуација у којој оба актера имају корист од развоја туризма</i>	Квадрат 2 Дисбаланс у социјалној размени <i>Актер А има предност у односу на актера Б</i>
	Ниска	Квадрат 3 Дисбаланс у социјалној размени <i>Актер Б има предност у односу на актера А</i>	Квадрат 4 Баланс у социјалној размени <i>Ситуација у којој оба актера имају малу моћ и корист од размене</i>

Извор: Nunkoo (2016, стр. 592)

3.2. Ставови локалног становништва о утицајима туризма у туристичкој дестинацији

Анализа утицаја туризма на локално становништво дестинације представља једно од најважнијих истраживачких подручја у туризму (Xiao & Smith 2006) и већ дуже време се истражује какве су перцепције и ставови локалног становништва према развоју туризма (Brida *et al.*, 2011; Jaafar *et al.*, 2017). Када су у питању ставови локалног становништва о утицајима туризма, они могу варирати. С једне стране појединци могу сматрати да туризам има позитивне утицаје, други виде туризам као појаву која има углавном негативне утицаје (Tichaawa & Moyo, 2019).

Међу најистраживанијим утицајима туризма јесу економски утицаји (Mason, 2003). Студија Aref *et al.* (2009) показује да локално становништво града Ширази (Иран) има позитиван став када су у питању економски утицаји и истичу да туризам доприноси запошљавању и стварању прилика за развој малих предузећа, као и да доприноси њиховом бољем животном стандарду. Анализом позитивних, али и негативних економских утицаја туризма на острву Пукет (Тајланд), Marzuki (2012) долази до закључка да је локално становништво сагласно да туризам ствара више позитивних од негативних економских утицаја. На такав њихов став утиче то да туризам пружа прилике за креирање прихода и продају робе и услуга туристима, али и чињеница да користи од туризма нема само локално становништво које ради у туризму, већ и остали.

Позитивни ставови локалног становништва групе острва у Малезији, Лангкави о економским утицајима, довели су ауторе ове студије до закључка да би даља улагања у развој туризма била од интереса за јавни сектор, јер тиме доприносе њиховом значајном циљу који подразумева економски бољитак локалног становништва (Bakri *et al.*, 2014). Скорашње студије које су се бавиле ставовима локалног становништва о економским утицајима такође показују да туризам ствара економске користи за локално становништво и њихову дестинацију (Jehan *et al.*, 2022, Prasad & Kumar, 2022)

Истраживања о ставовима локалног становништва о социо-културним утицајима показују да је локално становништво жељно сусрета са туристима и да желе да показују своје културно наслеђе, али да постоји забринутост због нежељених ефеката или промена које туризам може изазвати њиховој култури (Mohammadi *et al.*, 2010; Mohammadi *et al.*, 2010a). Локално становништво Малавија је у оквиру студије Bello *et al.* (2017) показало да је сагласно са тим да је туризам унапредио безбедност у њиховој дестинацији, али и да је туризам променио њихов начин живота. Посебно наглашавају да су млађи становници почели да усвајају културне вредности запада, у погледу њиховог одевања, исхране и понашања, и да је туризам стимулисао миграцију људи у потрази за послом. Да туризам утиче на повећање трошкова живота, цена производа и услуга, буке, криминала и гужви показало је истраживање ставова локалног становништва острва Ламу (Кенија) и Занзибар (Okech, 2010). Анализом ставова локалног становништва острва Самос (Грчка), долази се до сличног закључка као у претходно наведеним студијама, јер с једне стране локално становништво истиче као позитиван утицај туризма запошљавање, лични доходак, бољи животни стандард. Међутим, локално становништво истиче да је туризам утицао на повећану употребу дроге, појаву туча, вандализама, сексуалних узнемиравања, проституције и криминала (Mason, 2003).

Када су у питању еколошки утицаји туризма поједине студије потврђују опште прихваћено мишљење да локално становништво са високим образовањем и приходима имају тенденцију да буду позитивнијег става у погледу утицаја туризма на животну средину (Amuquandoh, 2010; Kuvan & Akan, 2005). Студија аутора Nyaupane и Thapa (2006) показала је да локално становништво може имати позитивније ставове о еколошким утицајима туризма у односу на менаџере у туризму, од којих се највише истиче то да туризам помаже у одлагању отпада и да подржава заштиту шума. С друге стране, локално становништво изражава забринутост због загађења животне средине које изазива туризам и туриста који се неприкладно понашају (Linderová *et al.*, 2021). У почетним фазама животног циклуса туристичке дестинације карактеристично је то да локално становништво још увек не уочава негативне ефекте туризма (Stylidis *et al.*, 2014). Како се повећава гужва локално становништво све више уочава негативне ефекте туризма по животну средину у виду повећаног загађења, видљивог отпада који остаје након посете туриста, нарушавања пејзажа, загађења воде и слично (Araoz, 2011, Oklevik *et al.*, 2019). С друге стране, студија Liu и Li (2018) показује нешто другачије резултате, јер је локално становништво које перципира да је туризам у њиховој дестинацији у фази развоја сагласно са тим да туризам доприноси запошљавању и

ствара позитивне социо-културне утицаје, док је локално становништво које сматра да је њихова дестинација у раној фази развоја туризма показало забринутост за негативне утицаје туризма на животну

Поједина истраживања су показала да локално становништво има позитиван став о економским утицајима туризма, док о социјалним и еколошким утицајима имају негативан став (Gill, 2015; Tichaawa & Moyo, 2019; Choe & O'Regan, 2015). Тако су, на пример, у студији о утицајима туризма у националним парковима у Србији, локални становници изразили генерално позитиван став према туризму, али су такође исказали и забринутост због негативних еколошких и социо-културних утицаја туризма (Brankov *et al.*, 2019). Већина истраживања показује да ставови локалног становништва о утицајима туризма зависе превасходно од тога да ли су они директно или индиректно повезани или нису повезани са туристичком привредом (Woo *et al.*, 2018), и да што више становништво економски профитира од туризма, утолико више они подржавају туризам (Boley *et al.*, 2018; Jurowski *et al.*, 1997; Stylidis *et al.*, 2014). Да економски утицаји туризма имају најјачи утицај на подршку за развој туризма показује и истраживање ставова локалног становништва према развоју туризма Београда (Tournois & Djerić, 2019). Генерално посматрано, позитивни ставови локалног становништва о економским, социо-културним и еколошким утицајима доводе до веће подршке за развој туризма (Stylidis *et al.*, 2014).

3.3. Ставови локалног становништва о подршци за развој туризма у туристичкој дестинацији

У циљу успостављања дугорочне успешности, односно дугорочне конкурентности туристичке дестинације, важно је да развој туризма буде подржан од стране локалног становништва (Ko & Stewart, 2002). Подршка локалног становништва туризму је од суштинског значаја за одрживи развој туристичких дестинација. Најпре зато што локално становништво јесте кључни стејкхолдер у туризму, без чије подршке је немогуће очекивати успех у одрживом развоју. Поред тога, локално становништво представља фактор који може привући пажњу туриста. Њихови обичаји, култура, гостопримство и понашање локалног становништва чини основне компоненте туристичке понуде бројних дестинација. Стога, ставови становника о развоју туризма и њихова подршка за развој туризма пружају снажну потпору за развој туризма (Qin *et al.*, 2021).

Подршка локалног становништва туризму мери се тако што се анализирају ставови локалног становништва о подршци за постојећи и будући развој туризма, као и за неке специфичне пројекте у туризму (Gursoy *et al.*, 2002; Gursoy & Rutherford, 2004). Бројна истраживања потврдила су да ставови локалног становништва о позитивним и негативним утицајима туризма предвиђају ниво њихове подршке за развој туризма (Dyer *et al.*, 2007; Ko & Stewart, 2002; McGehee & Andereck, 2004; Stylidis *et al.*, 2014; Yu *et al.*, 2018). Велика је вероватноћа да ће локално становништво које сматра да туризам има више позитивних утицаја или раде у туризму, подржати развој туризма у

дестинацији (Jun *et al.*, 2016; Lee *et al.*, 2010; Choi, 2014). Иако су у истраживањима коришћене различите теорије за процену подршке локалног становништва за развој туризма попут *Bottom-up теорије*, *теорија когнитивне процене*, *теорија самоперцепције* и друге, теорија која је најпопуларнија за ову врсту истраживања и даље је *теорија социјалне размене*. Као што је већ истакнуто према овој теорији локално становништво ће подржати туризам, уколико сматрају да туризам доноси више користи од трошкова. Међутим, ова теорија има својих недостатака у погледу анализе подршке локалног становништва, јер је фокус теорије на индивидуалним интересима, односно на личним интересима становника, док недостаје размишљање на нивоу група (Qin *et al.*, 2021). Због тога Smith *et al.* (2018) наглашавају важност посматрања колективних (на нивоу локалне заједнице) користи и трошкова, јер интеграцијом индивидуалних и колективних интереса од развоја туризма у оквиру *теорије социјалне размене* успешно се може анализирати подршка локалног становништва за развој туризма.

Истраживања ставова локалног становништва у Јужној Кореји показују да су становници спремни да подрже развој туризма и да чак сматрају да локална заједница треба више да промовише туристичку дестинацију, јер желе већи број туриста. Таква подршка не изненађује, јер локално становништво сматра да туризам има позитивне утицаје и имају неутрални став према негативним утицајима (Choi, 2014). Студија спроведена у Румунији такође је показала да локално становништво подржава развој туризма и сматра да локална власт треба да подржи развој туризма и да се изграде додатни туристички садржаји (Muresan *et al.*, 2016). Бројне друге студије истичу да локално становништво жели да подржи развој туризма, јер имају позитиван став према развоју туризма у дестинацији (Boley *et al.*, 2014; Eslami *et al.*, 2019; Li *et al.*, 2020; Munanura & Kline, 2022; Hadinejad *et al.*, 2019).

С друге стране, резултати истраживања аутора Neuts *et al.* (2021) спроведеног у Белгији, показују да не постоји веза између ставова локалног становништва о економским користима туризма и њихове подршке за развој туризма. Занимљиво је то да је ова студија такође показала да локално становништво туристичких дестинација које се налазе у раној фази развоја туризма, показује умерену подршку за развој туризма, док је локално становништво дестинација које се налазе у одмаклим фазама животног циклуса, изразило већу подршку за развој туризма. Како аутори овог рада истичу ове резултате треба посматрати са одређеним опрезом, јер није одређено који тип, односно коју врсту туризма локално становништво подржава и оцењује позитивно (Neuts *et al.*, 2021).

У студији Gursoy *et al.* (2010) се истиче да локално становништво које је сагласно да туризам има више позитивних утицаја изражава већу подршку за развој туризма и да они који имају позитиван став о економским користима туризма пружају подршку за развој како масовног, тако и алтернативних облика туризма. Међутим, становници који сматрају да туризам има позитиван социо-културни утицај на локалну заједницу вероватно ће подржати алтернативне облике туризма, док неће подржавати нити се

противити масовном развоју туризма. С друге стране, становници са негативном перцепцијом социо-културног утицаја туризма показали су снажно противљење развоју алтернативних облика туризма, док ни подршка ни противљење нису указивани на развој масовног туризма. Овакав резултат може се јавити јер се алтернативни облици туризма перципирају као облици туризма где је присутна већа интеракција између туриста и локалног становништва, док то није случај код масовног туризма.

Треба напоменути да постоје истраживања која нису утврдила везу између позитивних и негативних утицаја туризма и подршке за развој туризма (Nunkoo, 2015; Rasoolimanesh *et al.*, 2018). Поред тога, истраживање аутора Kayat и Sharif (2013) показује да је локално становништво сагласно да туризам ствара више негативне утицаје, али да ипак пружа подршку за будући развој туризма. Qin *et al.* (2021) објашњавају ово чињеницом да подршка локалног становништва зависи од индивидуалних, али и од колективних интереса. Прецизније, јавља се алтруистички став код локалног становништва, где иако немају личних користи од развоја туризма, зарад оних користи које туризам ствара другима у локалној заједници, изражавају подршку за развој туризма.

3.4. Ставови локалног становништва о туризму у зависности од врсте туризма у туристичкој дестинацији

У дестинацији се у зависности од њених елемената могу развијати више различитих врста туризма, при чему треба тежити развоју комплементарних (Krcе Miočić, 2014), у супротном може доћи до сукоба интереса кључних стејкхолдера у туристичкој дестинацији и пада квалитета туристичког доживљаја. У зависности од врсте туризма, разликују се туристи и њихове активности у дестинацији, самим тим и утицаји туризма могу варирати. С тим у вези, постоје студије које су се бавиле ставовима локалног становништва о утицајима одређене врсте туризма у туристичкој дестинацији (Gunjić, 2017; Choi & Murray, 2010; Xu *et al.*, 2016). Ипак, кључни проблем је како прецизно идентификовати утицаје у зависности од врсте туризма, јер како Briassoulis (1991) наводи, процес мерења утицаја појединих активности у туризму отежан је услед присуства великог броја међусобно повезаних активности у систему туризма.

Аутори Del Chiappa и Melis (2015) у свом истраживању испитивали су како локално становништво перципира утицаје *крузинг* туризма у италијанском граду Каљари, као и коју врсту туризма локално становништво подржава у тој дестинацији. Резултати истраживања показују да иако становништво има позитиван став о развоју *крузинг* туризма, то није и врста туризма којој локално становништво даје највећу подршку за развој. Још једно истраживање о *крузинг* туризму, у Дубровнику (Хрватска) показује да је локално становништво свесно позитивних ефеката ове врсте туризма, као и чињенице да су саобраћајне гужве, које ствара велики број крузера, главни проблем са којим се локално становништво тренутно суочава. Утврђено је да постоји разлика у ставовима локалног становништва о утицају *крузинг* туризму на квалитет живота према њиховом месту становања и запослености у туризму (Peručić & Puh, 2012). Каснија

истраживања о *крузинг* туризму у Дубровнику, показала су да се јавља *прекомерни туризам* који узрокује гужве у дестинацији, нарочито у саобраћају, повећање цена у дестинацији, пад у квалитету туристичког доживљаја и лош квалитет живота локалног становништва. Локално становништво уочава све ове негативне утицаје *крузинг* туризма у Дубровнику и изражава велику забринутост по том питању (Abbasian *et al.*, 2020).

У истраживању Angessa *et al.* (2022) анализирају се какви су ставови локалног становништва о екотуризму, као одрживој врсти туризма. Резултати показују да локално становништво зна које су предности, али и недостаци развоја екотуризма, и подржавају екотуристичке активности. Ипак, ова студија је показала да је мањи део локалног становништва био укључен и имао економске користи од развоја екотуризма, што је креирало поделу локалног становништва на оне који су маргинализовани (они који су били отуђени од развоја екотуризма) и оснажени (они који су имали користи од развоја екотуризма). У студији Goodwin (2002) такође се наглашава да екотуризам ствара економске користи, али да локално становништво остаје у великој мери маргинализовано и недовољно укључено у развој.

Истраживање спроведено у Јужној Кореји аутора Shin (2010) о културном туризму показује да је локално становништво свесно важности ове врсте туризма и да доприноси њиховој дестинацији. Резултати такође сугеришу да постоји јака веза између карактеристика испитаника и њихове перцепције утицаја културног туризма. Нарочито, старији становници, који раде у туризму уочавају брз развој дестинације због културног туризма. Позитиван став о одређеној врсти туризма имају становници острва Гран Канарија (Шпанија) и то када је у питању спортски туризам. Они изражавају и подршку за развој ове врсте туризма, јер сматрају да може проширити туристичку понуду ове туристичке дестинације (González García *et al.*, 2022).

Компаративна студија Pavluković *et al.* (2020) показала је да локално становништво Новог Сада и Будимпеште другачије перципира манифестације које се одржавају у њиховом граду. Локално становништво Новог Сада сматра да треба да буде више укључено у манифестације, док становништво Будимпеште сматра да овакви догађаји треба да промовишу културу. Становништво оба града истиче да је важно да менаџмент манифестација, али и дестинације треба да поведе рачуна о томе да не дође до криминала, до загађености због повећане количине смећа, као и до раста цена роба и услуга у дестинацији. Истраживање аутора Li и Wan (2017) показује да је локално становништво спремно да пружи подршку манифестационом туризму, јер перципира позитивно користи ове врсте туризма, што потврђује закључак *теорије социјалне размене*.

Како Del Chiappa и Abbate (2016) истичу већина истраживања која анализира ставове локалног становништва и утицаје туризма, углавном то чини из перспективе туристичког сектора у целини. Мали је број радова који се фокусирају на одређене врсте туризма и/или анализирању подршке локалног становништва за развој одређене

врсте туризма (Del Chiappa & Abbate, 2016; Del Chiappa & Melis, 2015). Приликом разматрања теоријског оквира истраживања ставова локалног становништва о туризму, Carmichael (2006) долази до закључка да постоји потенцијал за развој овог теоријског оквира, који се огледа у испитивању ставова локалног становништва о туризму у дестинацији и њиховом квалитету живота у зависности од различитих врста туризма. Локално становништво би требало да има право да се изјасни о томе која врста туризма им одговара да се развија у туристичкој дестинацији у складу са њиховим животним стилем, културом, и природним ресурсима, и исто тако да уколико им не одговара одређена врста туризма да се изјасни о томе и да изабере друге опције уколико су могуће (Hall & Richards, 2000).

3.5. Квалитет живота локалног становништва туристичких дестинација

Постоје бројне дефиниције и различити модели мерења квалитета живота локалног становништва. Како *Америчка психолошка асоцијација* (енгл. *American Psychological Association – APA*) истиче, квалитет живота подразумева „у којој мери је човек задовољан животом”, док добар квалитет живота подразумева (*APA Dictionary of Psychology*, 2022): „психо-физичко и материјално благостање; ангажовање у међуљудским односима; могућност за лични развој; остваривање права и самостално доношење животних одлука; учешће у друштвеним активностима”. *Светска здравствена организација* (енгл. *World Health Organization – WHO*) дефинише квалитет живота као „перцепцију појединаца о њиховом положају у контексту културе и система вредности у којем живе, и у односу на њихове циљеве, очекивања, стандарде и бриге” (*WHO*, 2022). Квалитет живота се може посматрати као вишедимензионална и интерактивна појава која обухвата многе аспекте живота људи и околине. Односи се на нечије задовољство животом и осећања благостања или испуњености својим животом. Такође, квалитет живота представља то како људи посматрају и шта осећају о свом животу, али треба нагласити да сличне ситуације и околности могу бити различито перципирани од стране различитих људи (*Andereck et al.*, 2007).

Да ли ће локално становништво подржати развој туризма зависи такође и од квалитета њиховог живота у туристичкој дестинацији (*Woo et al.*, 2015). Многи аутори су истраживали економске, социо-културне и еколошке утицаје туризма на квалитет живота локалног становништва (*Aref et al.*, 2009; *Eslami et al.*, 2019; *Kim*, 2002; *Uysal et al.*, 2012; *Choi & Sirakaya*, 2005; *Woo et al.*, 2018). Како *Uysal et al.* (2016) истичу, утицај који туризам остварује на квалитет живота појединца (туристе, локално становништво и запослене у туризму) представља важно истраживачко питање које треба у потпуности бити истражено и са аспекта туристичке понуде и са аспекта туристичке тражње.

Истраживање квалитета живота је ново поље проучавања у друштвеним, еколошким и политичким наукама у последњих неколико деценија. У страниј литератури се квалитет живота (енгл. *Quality of Life*) често поистовећује са благостањем (енгл. *Well-being*) локалног становништва (*Uysal et al.*, 2016). Како би се испитао утицај туризма на

квалитет живота локалног становништва највише се користе субјективни индикатори (Aref, 2011; Vargas-Sanchez *et al.*, 2009; Kim, 2002; Cornell *et al.*, 2019; Woo *et al.*, 2015), ређе објективни (Berbekova *et al.*, 2022; Meng *et al.*, 2010). Субјективни индикатори подразумевају да се квалитет живота посматра као перципирани квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у дестинацији (Andereck & Vogt, 2000; Andereck & Jurowski 2006; Cornell *et al.*, 2019) или као опште задовољство локалног становништва одређеним доменима живота (на пример: субјективно благостање, срећа, задовољство животом, економски домен, емоционални живот, здравље, безбедност и слично) (Kim *et al.*, 2013; Woo *et al.*, 2015; Woo *et al.*, 2018). Објективни индикатори се односе на екстерне показатеље (економско благостање (на пример: приход домаћинства), квалитет провођења слободног времена (на пример: број паркова и рекреативних објеката на хиљаду становника), незагађеност и услови животне средине (на пример: емисије CO_2) и здравствено благостање (на пример: просечан животни век)) (Lai *et al.*, 2020; Uysal *et al.*, 2016). Имајући у виду да се субјективни индикатори квалитета живота више користе, због чега Hu *et al.* (2022) истичу да би будућа истраживања требала да се фокусирају на комбинацији објективних и субјективних индикатора.

На основу прегледа 36 радова о квалитету живота локалног становништва у контексту туризма Uysal *et al.* (2016) закључују да се такве студије, у зависности од предмета истраживања могу поделити на три групе:

1. идентификовање медијатора између утицаја туризма и квалитета живота (на пример: испитивање односа између карактеристика становништва, утицаја туризма и квалитета живота локалног становништва) на основу којих се најчешће закључује да квалитет живота зависи од туризма и да позитивни утицаји доприносе квалитету живота и обрнуто, негативни смањују ниво квалитета.
2. поређење различитих типова локалних становника (на пример: у зависности од основних карактеристика (као што су занимање, националност, укљученост у развој туризма и слично) уочавају се различити типови локалних становника и испитују се разлике у њиховим ставовима о утицајима туризма и квалитету живота) на основу којих се закључује да не доживљавају сви исто утицаје туризма и да локално становништво које има веће користи од развоја туризма позитивније перципира како утицаје туризма, тако и квалитет живота.
3. испитивање квалитета живота становника у зависности од нивоа развоја туризма током времена (испитивање у зависности од тога у којој фази животног циклуса се налази туристичка дестинација) на основу чега се закључује да током почетних фаза развоја туризма локално становништво сматра да туризам ствара користи и бољи квалитет живота, али се такав став мења како се повећава обим развоја туризма током времена.

Резултати појединих истраживања показују да туризам утиче позитивно на квалитет живота локалног становништва (Aref, 2011; Jeon *et al.*, 2016; Meng *et al.*, 2010; Woo, 2013; Woo *et al.*, 2015). Квалитет живота је такође проучаван као предикторска варијабла у оквиру истраживања у туризму (Lai *et al.*, 2020). Тако је закључено да се на

основу квалитета живота локалног становништва може претпоставити улога туризма у локалној економији (Andereck & Nyaupane, 2011). Поред тога квалитет живота може бити предиктор за подршку локалног становништва за развој туризма (Woo *et al.*, 2015). У том смислу и истраживање Liang и Hui (2016) показало је да уколико локално становништво сматра да туризам унапређује одређене домене квалитета живота у том случају су спремнији да пруже подршку за развој туризма. Може се закључити да су студије о квалитету живота важне јер помажу да се анализирају ставови локалног становништва о туризму као и да се испита њихова подршка за будући развој туризма и за специфичне планове и пројекте у туризму (Andereck *et al.*, 2007). Због тога и поред наведених истраживања, наговештава се да су потребне студије које би још детаљније испитале квалитет живота локалног становништва као предикторску варијаблу ставова становника о развоју туризма (Lai *et al.*, 2020; Su *et al.*, 2018; Uysal *et al.*, 2016; Woo *et al.*, 2018).

Истраживања о квалитету живота локалног становништва имала су за циљ да разумеју добробит, осећања и ставове локалног становништва. Ставови о квалитету живота локалног становништва исказани су у виду изражавања степена задовољства одређеним доменима живота, док се свеукупни квалитет живота локалне заједнице може мерити различитим економским, социо-културним и еколошким индикаторима. Генерално посматрано, истраживања о квалитету живота локалног становништва у туризму, и утицајима његовог развоја, допринела су бољем планирању и развоју туристичке дестинације и њеног становништва (Yu *et al.*, 2014).

3.6. Фактори који утичу на ставове локалног становништва о туризму у туристичкој дестинацији

Постоји велики број радова у којима се испитује који фактори утичу на ставове локалног становништва о развоју туризма у туристичкој дестинацији (Nunkoo & So, 2015; Olya & Gavilyan, 2017; Papastathopoulos *et al.*, 2020; Rasoolimanesh *et al.*, 2017; Sirakaya *et al.*, 2002; Stylidis, 2020). На ставове локалног становништва утичу бројни фактори, заједно са степеном контакта са туристима, али и личне економске зависности од туризма. Туризам ствара бројне предности и недостатке који даље утичу на ставове локалног становништва у свакој дестинацији и то на различите начине у зависности од интеракције локалног становништва са туризмом (Marzuki, 2012). Истраживање везе између утицаја туризма и ставова локалног становништва о развоју туризма укључило је и анализу фактора који могу да утичу на такве ставове, као што су (Uysal *et al.*, 2016):

- социо-демографске карактеристике локалног становништва;
- ниво економске зависности локалног становништва од туризма;
- удаљеност локалног становништва од центра туристичких дешавања;
- ниво свести локалног становништва о туризму као појави и њеним карактеристикама;
- идентификовање утицаја одређених врста туризма и
- мерење ефеката туристичке политике, економије и слично.

Социо-демографске карактеристике локалног становништва се обично користе као одлучујући фактори који утичу на ставове локалног становништва о развоју туризма (Sinclair Maragh, 2017). У том смислу у бројним студијама се анализирају социо-демографске карактеристике попут пола (Alarcón & Cole, 2019; Koburtay & Syed, 2019; Ribeiro *et al.*, 2013), година старости (Ribeiro *et al.*, 2013; Huttasin, 2008), нивоа образовања (Ribeiro *et al.*, 2013; Sharma & Dyer, 2009a), прихода (Huh & Vogt, 2008), дужине становања у туристичкој дестинацији (Shen *et al.*, 2017; Huh & Vogt, 2008), националности (Papastathopoulos *et al.*, 2020). Када је у питању пол, Jani (2018) наводи да мушкарци више подржавају развој туризма него жене. Nunkoo и Gursoy (2012) наводе да жене мање подржавају туризам јер могу имати негативну перцепцију туризма. Неки аутори сматрају да млађи припадници локалног становништва имају позитивније ставове о туризму у поређењу са старијим становницима (Cavus & Tanrisevdi, 2003). Такође, Bagri и Kala (2016), истичу да су старији становници Индије због традиционалних схватања и неспремности да прихвате друштвене промене имали негативније ставове према развоју туризма. Супротно овоме, Tomljenović и Faulkner (2000) су открили да старији становници показују позитивније ставове према туризму и да су толерантнији према туристима од млађих становника. Нека ранија истраживања су показала да образованији становници имају позитивније ставове и да подржавају већи развој туризма од ниже образованих становника (Long & Kayat, 2011; Teye *et al.*, 2002). Поред тога, локално становништво има тенденцију да мање подржава туризам и има негативне ставове према њему ако дуго живи у дестинацији (Haley *et al.*, 2005).

У циљу стицања зараде од туризма, локално становништво подржава развој, спремно је да се укључи и да срађује са осталим стејкхолдерима како би туризам у њиховој дестинацији просперирао (Harrill, 2004). Што је већа економска зависност локалног становништва од туризма, већа је њихова спремност да подрже такав развој (Chang *et al.*, 2020). Локално становништво чији су послови повезани са туризмом не само да има позитивнији став према туризму, већ је и нетолерантније према негативним утицајима туризма (Kuvan & Akan, 2005). Друге студије показују да економска зависност локалног становништва од туризма утиче на њихов став о позитивним утицајима туризма, али није потврђено да утиче на став о негативним утицајима туризма (Ko & Stewart, 2002; Chen & Chen, 2010), док је студија аутора Vieira *et al.* (2016) показала да економска зависност не утиче на ставове о позитивним и негативним утицајима туризма.

Локално становништво које живе у близини туристичких атракција може имати негативније ставове према туризму (Williams & Lawson, 2001). Такође и студија Harrill (2004) показује да локално становништво изражава негативне ставове, ако је њихов животни простор близу централних туристичких зона дестинације. С друге стране, истраживање Haley *et al.* (2005) је открило да позитивније ставове о туризму има локално становништво које живи ближе туристичким зонама. Генерално, истраживање је показало да варијабла *близина централне туристичке зоне* утиче на њихове ставове о позитивним и негативним утицајима туризма. Локално становништво које живи у близини туристичких атракција сматра да повећан број туриста који користи ресурсе који су на располагању и локалном становништву, може негативни утицати на њихову

могућност коришћења истих. Прецизније, локално становништво изражава забринутост због смањених могућности да користе ресурсе за рекреацију на исти начин као и раније или могу бити забринути због гужви у саобраћају, криминала, смећа, буке и/или повећања трошкова живота.

Знање о туризму односи се на разумевање туризма, његових утицаја и активности. Веће знање о туризму учиниће да локално становништво боље разуме значај организовања различитих туристичких активности, као и који су могући утицаји и доприноси које заједница може имати кроз развој туризма (Nunkoo & So, 2015). Поред тога, веће знање о туризму утиче на њихове ставове о развоју туризма и да локално становништво више подржава развој туризма (Meimand *et al.*, 2017). Тако је студија Andereck *et al.* (2005) показала да веће знање о туризму доприноси да локално становништво има позитиван став о утицају туризма на живот локалне заједнице, имиџ и економију, али не и о утицају туризма на животну средину.

Као што је већ претходно наведено, локално становништво може имати различите ставове у зависности од врсте туризма (на пример: могу имати другачије ставове о *крузинг* туризму и културном туризму) (Abbasian *et al.*, 2020; Del Chiappa & Melis, 2015; Peručić & Puh, 2012; Shin, 2010) и различитим начинима развоја туризма (на пример: ставови о масовном и алтернативним облицима туризма могу бити другачији) (Gursoy *et al.*, 2010). Поред тога, туристичка политика, односно локална власт може се посматрати као предиктор ставова локалног становништва. С тим у вези, у истраживању Vieira *et al.* (2016) се закључује да начин управљања локалне власти се може довести у везу са подршком локалног становништва за развој туризма.

Фактори који могу утицати на ставове локалног становништва о туризму су и имиџ које локално становништво има дестинацији у којој живи, затим ниво укључености локалног становништва у развој туризма, приврженост дестинацији и локалној заједници. Уколико локално становништво има позитивну слику о дестинацији, то може утицати на већу подршку за развој туризма (Chang *et al.*, 2020). Што се тиче нивоа укључености становника у туризам, може се десити да локално становништво не буде задовољно тиме колико учествује, јер не могу да допринесу било ком процесу доношења одлука (Andereck *et al.*, 2005). Када је у питању приврженост дестинацији, Styliadis (2020) детаљније приказује да овај фактор утиче на перцепцију места и да даље перцепција места позитивно утиче на уочене утицаје туризма и на подршку за развој туризма. Такође, претходна истраживања показала су да приврженост локалној заједници може утицати на подршку локалног становништва за развој туризма (Gursoy & Rutherford, 2004; Lee, 2013).

IV ДЕО: АНАЛИЗА ВРЂАЧКЕ БАЊЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ

1. Опште карактеристике Врњачке Бање

1.1. Географски положај, рељеф и саобраћајна повезаност

Врњачка Бања се налази на „43° 23′ северне географске ширине и 20° 54′ источне географске дужине у централном делу Републике Србије” (Рашки округ), у долини реке Западна Морава (Слика 6). Обухвата површину од 239 km^2 и 14 насеља и то: „Гоч, Грачац, Липова, Ново Село, Отроци, Подунавци, Рсавци, Руђинци, Станишинци, Штулац, Вранеши, Врњачка Бања, Врњци и Вукушица” (Слика 7) (Општина Врњачка Бања, 2017).

Слика 6. Географски положај Врњачке Бање



Извор: Wikipedia (2022)

Слика 7. Мапа катастарских општина Врњачке Бање



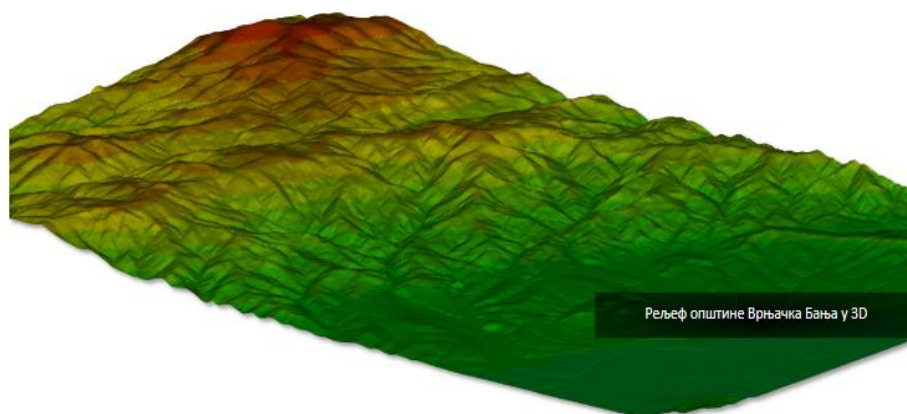
Извор: Прилагођено према Геосрбија (2022)

„Окружена је северним падинама планине Гоч (највиши врх: Љуктен, 1.216 *m*), залеђем јужних обронака Гледићких планина (највиши врх: Самар, 922 *m*), Копаоника (највиши врх: Панчићев врх, 2017 *m*), Столова (највиши врх: Камариште, 1.375 *m*) и Жељина (највиши врх: Рогавска чука, 1785 *m*)” (Општина Врњачка Бања, 2010, стр. 12). „Рељеф Врњачке Бање је мешовитог равничарског и брдско-планинског типа” (Слика 8). Просечна надморска висина Бање износи 230 *m*. Сва насеља општине Врњачка Бања налазе се на надморској висини између 200 и 1.100 *m* и деле се на „висока, средња и ниска” (Општина Врњачка Бања, 2010, стр. 16):

- „Висока насеља су села Гоч и Станишинци, која се налазе на надморској висини од 450-1150 *m*. Ова села захватају јужне, присојне планинске стране, са долинама река Расине и Загрже. Пространа су, разбијеног типа и подељена на засеоке.”
- „На средњој висини су насеља између 250 и 450 *m* надморске висине и ту спадају: Рсавци, Липова, Отроци и Вукушица.”
- „Насеља ниске висине, односно испод 350 *m* где спада Врњачка Бања, затим Врњци, Штулац, Руђинци, Ново Село, Подунавци, Грачац и Вранешци.”

Бања припада „Чачанско-Краљевачком неогеном тектонском рову и то јужном ободу, за који се сматра да припада, у оквиру унутрашњих Динарида, северном простору Вардарске зоне” (Тодоровић, 2022, стр. 233). Геолошки склоп Врњачке Бање оцењује се као разноврстан. Од ушћа Липовачке реке у Врњачку реку, све до Западне Мораве налази се алувијални нанос прекривен иловачом и хумусом. У нижим деловима Врњачке Бање (у сливу Врњачке реке до насеља) налази се „зона кристалних шкриљаца и филита, док су виши делови планине Гоч серпентински” (Општина Врњачка Бања, 2010, стр. 16). Местимично се могу наћи стене магматског порекла. Дубоке раседне линије, петрографски састав, као и геолошка грађа рељефа Врњачке Бање и њене околине довели су до појаве многобројних извора воде, од којих се издвајају лековити који садрже већу количину минералних материја, гасова и/или повишену температуру (Тодоровић, 2022).

Слика 8. Рељеф општине Врњачка Бања



Извор: Стратегија пољопривреде и руралног развоја општине Врњачка Бања, 2014 – 2024.

Саобраћајна повезаност Врњачке Бање је добра што уз повољан географски положај чини неопходан предуслов за успешну туристичку валоризацију и развој туризма. „Регионалним путевима повезана је преко Краљева са Ибарском магистралом ка западу и Крагујевцем према северу”, као и са ауто-путем *Београд - Ниш* (Тодоровић, 2022, стр. 231). Удаљена је од Трстеника *7 km*, Краљева *27 km*, Крушевца *34 km*, Чачка *70 km*, Крагујевца *84 km*, Ниша *125 km*, Београда *198,9 km*, Новог Сада *282 km*. Са Београдом је повезана аутопутем *E75* (до Појата) и магистралним путем *E761* (Врњачка Бања, 2012). Изградњом аутопута *A5 – Моравски коридор* Врњачка Бања ће добити још бољу саобраћајну повезаност са аутопутем *E75* и аутопутем *A2*, познатим и као *Милош Велики*. Врњачка Бања је повезана и железничким путем (*Сталаћ - Краљево - Пожега*), а велику предност на туристичком тржишту може јој донети близина аеродрома *Морава*, који се налази у Краљеву, на око *24 km*. На око *120 km* налази се аеродром *Константин Велики* у Нишу, док је аеродром *Никола Тесла* у Београду, на око *200 km*.

1.2. Клима

Клима Врњачке Бање је „умерено-континентална, коју карактеришу умерене температурне амплитуде, просечно дуг кишни период и сушни период који је краткотрајан, као и умерено топла лета и умерено хладне зиме”. Због освежавајућих ветрова који се спуштају са планине Гоч летње ноћи у Врњачкој Бањи нису превише топле, већ пријатне. Треба напоменути да због близине ове планине, конфигурације терена и вегетације ветрови нису јаког интензитета (*170 дана годишње без јаког ветра*) (Врњачка Бања, 2022). Уз Западну Мораву дува северни и северозападни ветар, док јужни ветар, који је слабијег интензитета дува ван вегетационог периода. Јачина ветра у Врњачкој Бањи је од *1,8 до 2,6 бофора*. Средњи притисак ваздуха током пролећа износи *985,6 mbar*, током лета *990 mbar*, док је током јесени и зиме нешто већи и износи *993,2 mbar* (Стратегија пољопривреде и руралног развоја општине Врњачка Бања, 2014-2024).

Средња годишња температура у Врњачкој Бањи износи *10,7°C*. Најтоплији месец је август, када је просечна максимална температура износи *27.9°C*, док је најхладнији месец јануар када просечна минимална температура износи *-3.6°C* и тада има највише снежних падавина у просеку (Стратегија одрживог развоја општине Врњачка Бања 2013-2023). Месеци са највише кише су мај и јун (*76 mm*), док најмање кише има у току септембра (*31 mm*). Јун је месец са најдужим данима (просечна дневна светлост износи *15 часова и 26 минута*), док су најкраћи дани у децембру (просечна дневна светлост износи *9 часова*). У току године у просеку више је тмурних дана – *118*, него сунчаних – *80*. Просечна влажност ваздуха износи *75-78%*. Значајно за климу Врњачке Бање је позитиван радијацијски баланс, јер бактериолошки је важна сунчева радијација (Врњачка Бања, 2022).

Климатске специфичности Врњачке Бање су одређене микроклиматским разликама које су присутне услед положаја, присуства река, извора топлих и хладних минералних вода, бујне вегетације у ужем и ширем подручју. Као посебна карактеристика климе Врњачке Бање је њена повећана релативна влажност ваздуха, која је повећана у свим бањским местима због близине минералних извора, богате вегетације и река. Услед инверзије температуре и због високе влажности ваздуха честе су приземне магле које се, уколико нема ветра, претварају у росу, што је посебно значајно за вегетацију. Генерално посматрано, клима Врњачке Бање има лековита својства, јер погодује лечењу различитих хроничних обољења (Тодоровић, 2022).

1.3. Хидрографија

Кроз општину Врњачка Бања протиче Западна Морава (укупне дужине: 295 *km*) у дужни од 20 *km*. Постоји велики број минералних извора и издана, као и мањи токови као што су Липовачка и Врњачка река, Липовачки, Петрашиновићи и Дубоки или Лисичији поток. Од Негована, Мале и Бељине реке, затим од Мејданског, Ђавољег, Бадњевачког и Шљиварског потока настаје Врњачка река, док се у њу улива Липовачка река, као и Микићи, Миљковићи, Јанићијеви, Брђовски и Пиперски поток. Код села Подунавци, на 15 *km* од Врњачке Бање налазе се *Подунавачке баре*, које су настале као резултат испуњавања мајдани шљунка водом, односно као последица експлоатацијом шљунка из Западне Мораве. На реци Загржа на планини Гоч у периоду од 2000. до 2006. године изграђено је акумулационо језеро Селиште које се простире на 8 *ha*. Након већих падавина и отапања снега сви токови у Врњачкој Бањи се повећавају, што је неповољно због поплава и одржавања резерви воде за пиће, али с друге стране повољно због прочишћавања вода од загађења и њиховог обнављања. Врњачка Бања поседује три типа воде: хладну и топлу минералну воду и пијаћу воду, која потиче са више извора планине Гоч (Стратегија пољопривреде и руралног развоја општине Врњачка Бања, 2014 – 2024).

Разноврсни хидролошки састав земљишта Врњачке Бање допринео је појави извора минералних вода, од којих су за примену балнеолошких процедура и лечење значајне следеће слабо минерализоване воде (Балшић и Нешић, 2008; Врњачка Бања, 2022а):

- *Топла вода* – температуре 36,5°C, слабо кисела, прозрачна и безбојна;
- *Снежник* – хладна вода температуре 16,8°C, слабо кисела и слабо жута, прозрачна;
- *Слатина* – хладна вода температуре 14°C, угљенокисела, жута и слабо мутна;
- *Језеро* – температуре 25,5°C, хипотерма, слабо кисела, слабо жута и прозрачна;
- *Бели извор* – температуре 29,5°C, хипотерма, хипотерма, слабо кисела, слабо жута и прозрачна;
- *Борјак* – хладна вода температуре 16°C, слабо кисела, слабо жута и слабо мутна.

Топла вода се користила у време Римског царства (1-4. век нове ере) због чега представља најстарији минерални извор Врњачке Бање (Руђинчанин, 2008). Налази се у Врњачком парку, у близини зграде *Термоминералног купатила*. Међу јединственим

изворима у свету је, јер је њена температура једнака температури људског тела и користи се за пиће и купање. Извор *Снежник* је извор хладне минералне воде и такође се користи за пиће. Снежник се налази у близини корита Врњачке реке. Како би се добила већа количина вода рађене су нове бушотине, што је условило добијање минералних вода на новим локалитетима као што су *Језеро* и *Слатина*. Извори минералне воде Врњачке Бање су вулканског порекла и имају исту основу у саставу $\text{HCO}_3\text{-Na}$ (натријум хидрокарбонатне), док се остале карактеристике састава зависи од њиховог локалитета (Тодоровић, 2022). Топла вода припада алкалним угљено-киселим хомеотермама, док хладне минералне воде спадају у групу „алкалних земно-алкалних угљокиселих акротопега”. Користе се за „лечење шећерне болести, чира на дванаестопалачном цреву, желуцу као и за стања после операција на желуцу, цревима, болести жучне кесе и жучних путева, панкреаса, јетре, бубрега и мокраћних путева, гинеколошких обољења, стерилитета, реуматских и коштано-зглобних обољења” (Медицински и *spra* комплекс Меркур, 2022). Минералне воде Бање осим што се користе за дозирање пијење по препоруци лекара и купање у топлој води, њихова примена у лечењу је путем „испирања жучних путева преко сонди након операција жучне кесе, инхалирања топлотом минералном водом, вагиналног орошавања, преко клизми код болести црева, испирања очију” (Милићевић, 2015, стр. 119). Поред наведених извора на територији општине налазе се још и извори *Врњачко врело* у Новом селу, *Фонтана* и *Звезда* у Врњачкој Бањи (Општина Врњачка Бања, 2017). Вода *Врњачко врело*, као и минерална вода *Врњци* (са извора *Топле воде*) се флаширају (Врњачка Бања, 2022а).

1.4. Флора и фауна

„На територији општине Врњачка Бања постоје бројна станишта, биоценозе, као и екосистеми који су различитог степена очуваности и аутохтоности” (Експерт Инжењеринг, 2021, стр. 39). Пошумљеност општине Врњачка Бања је изнад републичког просека. Укупно 12.199 *ha* чине шуме, односно више од половине територије општине Врњачка Бања (51,1%) (Дирекција за планирање и изградњу општине Врњачка Бања ЈП, 2011). Чак 66,4% чине високе шуме (претежно букове), и готово једнако су присутне изданачке (претежно храстове; 16,9%) и четинарске шуме (16,7%) (Експерт Инжењеринг, 2021).

Оранице заузимају укупно „15% површине општине, на 9,7% налазе се ливаде и пашњаци, на 7,4% виногради и воћњаци, док свега 2,1% неплодно земљиште”. Оно по чему је Врњачка Бања позната су парковске површине лоциране у долини регулисаног речног корита Врњачке реке и пружајући се према брдима, заузимају око 27 *ha*. Заступљене су и аутохтоне и алохтоне врсте. Укупно је заступљено „165 дрвенастих врста, 68 врста листопадног дрвећа, 38 четинара и 5 врста четинарског шибља, 40 листопадног и 9 зимзеленог шибља, 4 сорте ружа и 1 повијуша”. Као аутохтоне врсте посебно се истичу „храстови, платани јеле, јасенови, јавори, липе, црни борови, таксодиуми, канадске смрче, жалосне врбе, бодљикаве смрче, ајанске смрче и јапанске трешње и друге”. На територији општине могу се наћи различите ароматичне и биљне

врсте, нарочито на планини Гоч, за коју се процењује да поседује „650 биљних врста, од којих су више од 200 лековитих и ароматичних” (Стратегија пољопривреде и руралног развоја општине Врњачка Бања, 2014 – 2024, стр. 48). Лековито биље које је заступљено најпре на планини Гоч (око 650 врста од којих су више од 200 лековитих и ароматичних), али се поједине врсте могу наћи и на широј територији општине Врњачка Бања, има благотворно дејство на (Шарчевић, 2008, стр. 294, 295):

- кардиоваскуларни систем (сремуш, дивљи босиљак, глог, трњина русомача и друге);
- органе за варење (хајдучка трава, шумарица, маслчак, млечика, шумска јагода, одољен, кржавина, жешља);
- органе за дисање (јела, трњина, клека, мјачина душица, љубичица, глог, клека и друге);
- централни и периферни нервни систем (мрзовац и одољен);
- урогениталне органе (хајдучка трава, бреза, петровац, црни и бели јасен, клека, русомача, маслчак, црни бор);
- кожу (јела, бреза, сремуш, црни и бели јасен, јагорчевина, зова, китњак, коприва и друге);
- регулисање промета материје (кржавина, црна топола, црни бор, коприва, бреза и друге);
- лечење шећерне болести (хајдучка трава, коприва, маслчак, линцура, боровница);
- лечење бактеријских инфекција (хајдучка трава, сремуш, бреза, боквица, гребих);
- јачање и опоравак организма (китњак, јагода, коприва, хајдучка трава, вербена).

Поред лековитих врста, у шумама Врњачке Бање се могу наћи и јестиво биље попут купина, боровница, сремуша, јагода, као и корен цикорије, која може послужити као замена за кафу. Поред биљака, као „значајне становнике врњачких шума треба споменути и фунге, од којих су најпопуларније јестиве попут вргања, бисерке, липике, буковаче, ђурђеваче, сунчанице” и друге (Шарчевић, 2008, стр. 295).

Општина Врњачка Бања поседује чак 6 заштићена споменика природе, а то су (Милићевић, 2015, стр. 115):

- „Паркови Врњачке Бање”;
- „Црни бор у парку Врњачке Бање”, стабло стара чак око 300 година;
- „Пет храстова” од којих данас постоје само три.
- „Два стабла храста лужњака – Врњци”;
- „Храст Лужњак – Вранеша”;
- „Буква Прозорац” на Гочу.

Када се говори о животињским врстама на подручју општине Врњачка Бања, оне се најчешће деле у три категорије (Експерт Инжењеринг, 2021, стр. 74, 75; Милићевић, 2015, стр. 115; Стратегија одрживог развоја општине Врњачка Бања 2013-2023, стр.

142; Стратегија пољопривреде и руралног развоја општине Врњачка Бања, 2014 – 2024, стр. 199; Шарчевић, 2008, стр. 302):

- „Ловостајем заштићена дивљач: зец, сиви пух, куна белица, срна, веверица, дивља свиња, дивља патка, јазавац, куна златица, барска кокица, барски петлован, јастреб кокошар, сива чапља, гачац, ноћни потрк, шумска шљука, вранац, гњурац, шљука жалари, шумска шљука, видра”;
- „Трајно заштићене врсте дивљачи: „соко, хермелин, орао, јастреб (изузев јастреба кокошара), сова, ласица, еја, чапља (изузев сиве чапље), луња, црна и бела рода, ронац, детлић, птице певачице, шљука (изузев шумске шљуке)”;
- „Дивљач ван режима заштите: вук, лисица, дивља мачка, твор, шакал, сива врана и сврака”.

Велики број врста дивљачи налази се на планини Гоч, на којој животињски свет обухвата и 317 врста инсеката, од којих су 57 ретке и угрожене врсте на националном и међународном нивоу. Забележено је 129 врста птица уз присуство многих врста које су од међународног значаја. Међу 27 врста сисара највећу вредност има видра, која је законом заштићена као природна реткост (Milićević *et al.*, 2020).

1.5. Демографске карактеристике

Број становника у Врњачкој Бањи био је у порасту уколико се посматрају доступни подаци Републичког завода за статистику Републике Србије за 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002. и 2011. годину. Од 15.916 становника колико је било 1948. године број становника је умереним темпом раста достигао 26.492 становника у 2002. години (Табела 7).

Табела 7. Број становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991. и 2002. године – општина Врњачка Бања

Година	Број становника	Индекс пораста (1948=100)
1948.	15.916	100,0
1953.	17.394	109,3
1961.	18.820	118,2
1971.	21.940	137,8
1981.	24.768	155,6
1991.	25.875	162,6
2002.	26.492	166,4

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије, (2014); Општина Врњачка Бања (2017)

На основу пописа из 2011. године у Врњачкој Бањи било је 27.527 становника (115,18 становника на km^2) од тога 13.291 особа мушког пола (48%) и 14.236 особа женског пола (52%). У градском насељеном месту Врњачка Бања је било 10.065 становника

(36,56%) док у сеоским насељима 17.462 становника (63,44%). Уколико се посматрају подаци приказани у Табели 8, у просеку најнасељеније насеље на територији општине је Врњачка Бања, затим сеоска насеља Ново село, Грачац и Врњци. Најмање насељена су села Вукушица и Гоч (Републички завод за статистику Републике Србије, 2014). Поред повећања укупног броја становника у Врњачкој Бањи за посматране године (1948 – 2011), карактеристичне су и следеће појаве (Општина Врњачка Бања, 2017, стр. 17):

- Миграције;
- Негативан природни прираштај;
- Смањење броја становника у брдско-планинским подручјима и то највише у насељеним местима Гоч и Станишинци, а затим и у Вукушици, Отроцима и Рсовцима.

Табела 8. Број становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002. и 2011. године – насеља општине Врњачка Бања

	1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2002.	2011.
Вранеш	1.409	1.415	1.432	1.487	1.550	1.529	1.418	1.400
Врњачка Бања	2.355	3.158	4.971	6.520	9.699	9.812	9.877	10.065
Врњци	1.577	1.734	1.332	2.729	1.569	1.846	2.025	2.268
Вукушица	385	427	353	320	310	283	246	226
Гоч	309	298	300	224	155	79	68	59
Грачац	2.395	2.386	2.277	2.129	2.012	2.045	2.011	1.833
Липова	553	592	583	640	762	954	955	985
Ново Село	2.224	2.340	2.421	2.651	3.168	3.619	3.952	4.461
Отроци	849	888	852	761	698	627	543	498
Подунавци	710	762	811	1.070	1.315	1.365	1.446	1.502
Рсавци	435	435	436	424	424	410	399	334
Руђинци	1.128	1.211	1.276	1.335	1.468	1.826	2.019	2.466
Станишинци	934	935	922	772	665	473	391	245
Штулац	633	822	854	878	973	1.007	1.142	1.185

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2014)

Негативни природни прираштај наставља се и након 2011. године. Највећи забележени негативни природни прираштај забележен је 2021. године, као и 2020. године, што може бити и последица појаве пандемије *COVID-19*. Поред тога, од 1948. године до 2011. године број становника у Врњачкој Бањи био је у порасту, док се након 2011. године примећује пад у броју становника сваке године све до 2021. године. Ипак, тренд опадања броја становника траје много дуже. Од 2011. године до 2021. године број становника се смањило за 2.059, односно за 7,48%. Просечна стопа пада броја становника у овом периоду је 0,8%, што доводи до закључка да ће у 2022. години потенцијално бити 200 становника мање него у 2021. години (Табела 9).

Табела 9. Број становника у Врњачкој Бањи за период од 2012. до 2021. године.

Година	Број становника	Природни прираштај на 1.000 становника
2011.	27.527	-7,7
2012.	27.329	-6,9
2013.	27.141	-6,2
2014.	26.948	-4,7
2015.	26.751	-6,7
2016.	26.544	-6,0
2017.	26.322	-9,1
2018.	26.141	-8,0
2019.	25.964	-6,8
2020.	25.722	-10,7
2021.	25.468	-13,5

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2022)

Када је у питању старосна структура становништва Врњачке Бање, према подацима пописа становништва из 2011. године, највише је оних који имају од 30 до 49 година – 7.048, затим 50 до 64 година – 6.346 и испод 19 година – 5.396 становника (Табела 10). Просечна старост жена износи 44,5, док код мушкараца 42 године. Највише има Срба (26.482), Рома (334), Црногораца (107) (Републички завод за статистику Републике Србије, 2012). Радни контингент становништва чини 10.482 становника, од тога 7.718 запослених и 2.764 незапослених (Републички завод за статистику Републике Србије, 2013), док је пензионера 6.872 (Републички завод за статистику Републике Србије, 2014а). Највише је становника у 2011. години било са средњошколским образовањем – 12.052, затим са основним 4.831, високо образованих је 2.004 и са вишом школом 1.526. Остали који имају преко 15 година или имају недовршено образовање, или су без образовања или имају непознати статус (Републички завод за статистику Републике Србије, 2013а).

Табела 10. Становништво Врњачке Бање према старосној структури у 2011. години

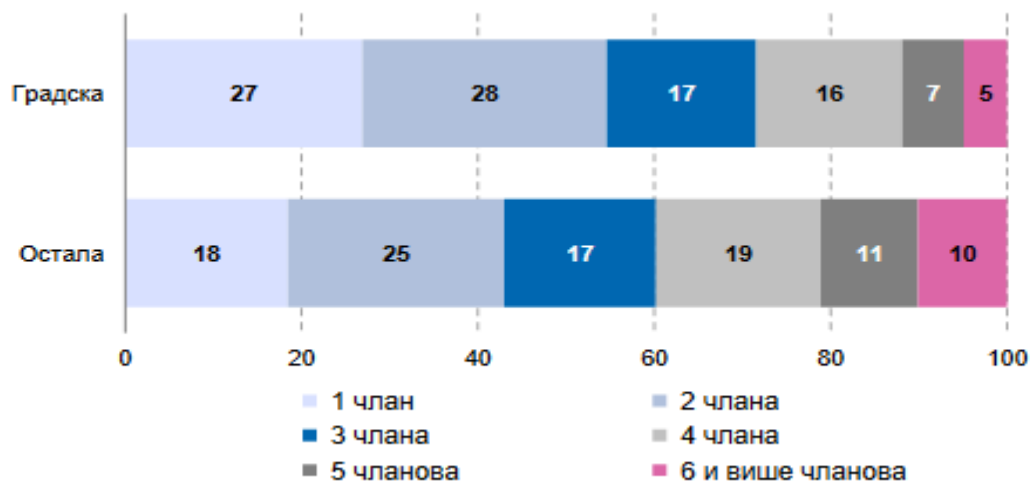
Године старости	Укупно
испод 19 година	5.396
20-29	3.352
30-49	7.048
50-64	6.346
65 и више	5.385

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2013)

У градском насељу, Врњачкој Бањи у 2011. години највише је домаћинства које имају само два члана и једног члана. Исто тако и у осталим насељима најбројнија су домаћинства која имају два члана, док је готово једнак проценат оних са четири и

једним чланом. Најмање је домаћинстава са 6 и више чланова (Графикон 1). Просечан број чланова домаћинстава је 2,95 (Републички завод за статистику Републике Србије, 2022а).

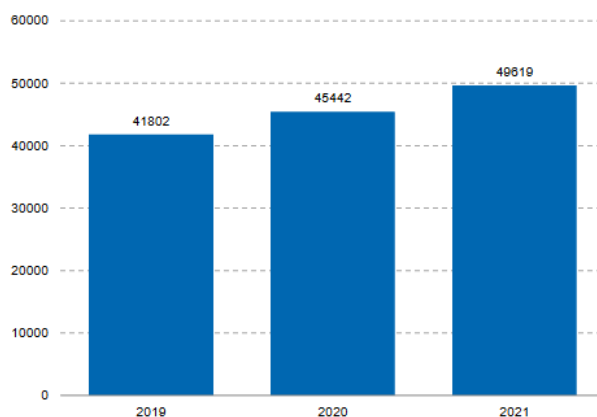
Графикон 1. Домаћинства према броју чланова и типу насеља у 2011 години у процентима



Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2022а)

Према доступним новијим подацима, у 2020. години на територији општине Врњачка Бања укупно је било 13.291 особа женског пола (51,7%) и 12.431 особа мушког пола (48,3%). У истој години укупан број запослених износио је 7.767, док је број незапослених износио 2.544. Просечна зарада локалног становништва Врњачке Бање се постепено повећавала у периоду од 2019. до 2020. године. У 2020. години износио је 45.442 динара, док се у 2021. години та зарада повећала на 49.619 динара (Графикон 2) (Републички завод за статистику Републике Србије, 2022а).

Графикон 2. Просечна зарада без пореза и доприноса локалног становништва Врњачке Бање, 2019-2021. године



Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2022а)

1.6. Привреда и инфраструктура

Како је од 1868. године почео да се развија туризам у Врњачкој Бањи, започео је и њен економски развој. Туризам је основна покретачка снага, која је утицала на привредни развој Бање и појаву других привредних делатности, као што су (Милетић, 2008, стр. 427): „пољопривреда, угоститељство, занатство, индустрија, саобраћај, грађевинарство, банкарство, трговина, образовања, науке и друге”. Врњачка Бања се данас по степену развијености налази у другој категорији (80-100% републичког просека) (Агенција за привредне регистре Републике Србије, 2022).

Укупан број активних привредних друштава у 2021. години износио је 381, при чему је број новооснованих 26, док је угашених 18. Број привредних друштава се у периоду од 2018. до 2021. године смањило за 10,3%. Само у 2021. години укупно активних предузетника је било 1.271. Број новооснованих предузетника се у периоду од 2018. године (114) до 2021. године (162) повећао, док се број угашених смањило са 91 на 79. Уколико се посматра број угашених предузећа у периоду од 2018. године до 2021. године, примећује се да пандемија *COVID-19* није довела до неке значајно велике разлике у том погледу (Табела 11). У 2021. години дошло је до раста укупних пословних прихода и нето добитака свих привредних друштава и свих предузетника на територији општине Врњачке Бање у односу на претходне две године, 2019. и 2020. годину. Ипак, иако је дошло до раста, треба напоменути да је број предузетника са губитком изнад висине капитала порастао са 79 у 2019. години на 106 у 2021. години (Агенција за привредне регистре Републике Србије, 2022).

Табела 11. Број привредних друштава и предузетника у општини Врњачка Бања

Број привредних друштава				
	2018.	2019.	2020.	2021.
активни	425	371	374	381
новоосновани	15	19	17	26
брисани/угашени	12	73	14	18
Број предузетника				
	2018.	2019.	2020.	2021.
активни	1.105	1.133	1.184	1.271
нови	114	147	139	162
брисани/угашени	91	119	90	79

Извор: Агенција за привредне регистре Републике Србије (2022)

Сектори у којима је регистровано највише предузетника (10 и више) су (Општина Врњачка Бања, 2020, стр. 52): „делатности ресторана и осталих угоститељских објеката; такси превоз; услуге припремања и послуживања пића; услуге фризерских и козметичких салона; трговина на мало у продавницама и на тезгама и пијацама и остало; рачуноводствени, књиговодствени и ревизорски послови; пореско саветовање, одржавање и поправка моторних возила; друмски превоз терета; машинска обрада метала и услуге у вези са шумарством”.

Повољна клима и плодно земљиште условило је развој воћарства на територији општине Врњачка Бања, а највише се гаје шљиве, јабуке и винова лоза. Заступљено је и сточарство, ратарство и рибарство. Укупно је 2.932 пољопривредних газдинстава, међу којима доминирају газдинстава мешовитог карактера (углавном биљна и сточарска производња) укупно 53,7%, док је 46 % специјализованих газдинстава и то највише за ратарство, а најмање за повртарство и цвећарство (Општина Врњачка Бања, 2017).

На територији општине Врњачка Бања укупна дужина путева износи 284 *km*. Савремени коловоз од 85,6% путне мреже је изнад републичког просека од 62,8%. Путна мрежа општине Врњачке Бање ће бити ускоро бити унапређена и Моравским коридором (*E-761: Појате (E-75) - Крушевац - Краљево - Чачак - Ужице - Сјеница - Црна Гора*). Поседује аутобуску станицу којом управља ЈП „Нови Аутопревоз” (треће категорије, 18 перона, 20 паркинг места) и железничку станицу у насељу Врњци. Друмски саобраћај има примарну улогу. Пруга која пролази кроз општину Врњачка Бања нема одговарајућу сигнализацију, постројења за безбедност и неосигурана су места укрштања друмског пута и пруге, због чега је пожељна њена модернизација у складу са европским стандардима (Општина Врњачка Бања, 2017). Број паркинг места у Врњачкој Бањи је недовољан у периоду главне туристичке сезоне, нарочито када се организују манифестације које привлаче велики број туриста (Општина Врњачка Бања, 2018). Поред тога, велики проблем представља врло мали број обележених бициклистичких стаза и велики број саобраћајница који нема тротоаре (Општинска стамбена агенција Врњачка Бања, 2017).

Када је у питању водоснабдевање постоје четири изворишта из којих се Врњачка Бања снабдева водом то су: два бунара у Угљареву, извориште у Витојевачком пољу Станишинцима и на Гочу, док села која припадају општини имају локалне водоводе. Најзначајнији водопривредни објекти су брана *Селиште* на Гочу, акумулације, систем канала за спречавање плавлена пољопривредних површина и друго. Постојећа мрежа водоснабдевања изграђена је од неадекватних материјала и стара је, цеви су неодговарајућег пречника и немају довољан капацитет. Канализациона мрежа постоји у насељу Врњачка Бања и делимично у насељима Врњци, Руђинци и Подунавци (где постоји локална мрежа, али је неадекватно постављена). Проблеми постоје у процесу идентификације канализационих инсталација, процесу пречишћавања отпадних вода и недостатку кишне канализације (Стратегија одрживог развоја општине Врњачка Бања 2013-2023). У Врњачкој Бањи није успостављен адекватан систем управљања отпадом, јер недостају депоније и системи за рециклажу отпада. Ово доводи до још једног проблема, а то је појава дивљих депонија (Општинска стамбена агенција Врњачка Бања, 2017).

Процент електрификације износи 100%, што значи да је електрична енергија доступна у свим насељима и домаћинствима Врњачке Бање. Према подацима из 2016. године укупно је 83 лекара у здравственој служби, односно 1 лекар на 320 становника (Општина Врњачка Бања, 2018). Здравствене услуге се могу пружити у локалним амбулантама и Дому здравља Врњачка Бања, у „*Медицинском и Spa комплексу*

Меркур”, али и у приватним ординацијама различитог типа (стоматолошке ординације, интернистичке и друге).

Када су у питању остали основни садржаји, може се напоменути да постоје четири поште и то у Врњачкој Бањи, Врњцима, Новом Селу и Подунавцима (Општина Врњачка Бања, 2017), као и четири основне школе, две средње школе (Гимназија и Угоститељско-туристичка школа са домом ученика) и један државни факултет (Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу).

Слика 9. Проблеми у инфраструктури Врњачке Бање

Урбанистичко планирање и изградња

- Лоши архитектонски и урбанистички пројекти
- Недостатак новца за реализацију пројеката од јавног интереса
- Недостатак контроле одржавања простора, објеката, инсталација
- Превелика концентрација садржаја
- Недостатак локација за јавно значајне инвестиције

Заштита

- Угроженост од бујичних поплава и атмосферских вода
- Оштећења амбијенталних целина, конфигурације земљишта и зеленила
- Недостатак креативног и активног приступа ревитализацији значајних старих објеката
- Недостатак новца у јавном сектору за заштиту и ревитализацију (пропадање објеката)
- Недостак колективних/заједничких система за грејање, коришћење енергената и пречишћавање отпадних вода и ваздуха

Саобраћај

- Недостатак сабирних колских саобраћајница
- Локална мрежа-нерешена/незавршена, малог капацитета, испод критеријума за обављање колског саобраћаја, нефункционална
- Већина саобраћајница нема тротоаре и веома су мале могућности за бициклически саобраћај
- Постоје проблеми паркирања и безбедности
- Загушење централне зоне и фреквентних тачака
- Недостатак зона заштитног зеленила око прометних саобраћајница

Комунална инфраструктура

- Водоснабдевање
- Фекална и кишна канализација
- Недостак депоније за смеће, рециклаже и система за пречишћавање отпадних вода

Амбијенти – форма и лепота

- Недовршене-нејасне урбанистичке целине/форме
- Заштита амбијенталних целина / њихових важних елемената

Извор: Општинска стамбена агенција Врњачка Бања (2017, стр. 8, 9)

Врњачка Бања поседује туристичку организацију, спортски центар, културни центар, народну библиотеку, биоскоп, летњу позорницу, пијаце, банке, мењачнице, приватне лекарске ординације, продавнице различитог типа и друге објекте од привредног и друштвеног значаја. Тренутно стање инфраструктуре је могуће унапредити, а посебну пажњу треба обратити на дефинисане проблеме који се истичу у *Плану генералне регулације Врњачке Бање* (Слика 9) (Општинска стамбена агенција Врњачка Бања, 2017).

2. Карактеристике Врњачке Бање као туристичке дестинације

2.1. Историјски развој туризма у Врњачкој Бањи

На територији данашњег насеља Врњци настала је Врњачка Бања као лечилиште по којем је добила име. Подручје општине Врњачка Бања било је насељено већ у доба неолита, о чему сведоче пронађени остаци на различитим локалитетима, од којих је највеће археолошко налазиште *Лађариште* у Врњцима (Боровић Димић, 2005). Први трагови о коришћењу минералних вода Врњачке Бање потичу из римског периода. Они су откривени 1924. године када је пронађен римски извор *Fons Romanus* и новчићи из 3. и 4. века нове ере. Нема података да ли су се извори користили током византијског периода, средњовековне државе и турске владавине (постоје само усмена предања да су Турци користили минералне воде Врњачке Бање). Тек по ослобођењу Србије од Турака, по жељи кнеза Милоша Обреновића долази до испитивања минералних вода на територији тадашње Кнежевине Србије. Први забележени запис о лековитој минералној води Врњачке Бање направио је барон Хердер, који је воду описао као природну реткост, јер је кисела и млака. Први извор уредио је врњачки свештеник Јевтимије Хаџи Поповић, а касније су дошли угледни људи из околних градова који су утицали на постављање основе за изградњу модерне Врњачке Бање. Међу њима се посебно истиче Павле Мутавцић који је 1860. године формирао „Одбор грађана из Краљева, Крушевца и Трстеника за уређење Бање”, а 01.07.1868. (по старом календару) и „Основателно фондаторско друштво лековите кисело-врुће воде у Врњцима” чиме је означен почетак развоја Врњачке Бање (Општина Врњачка Бања, 2010; Ђорђевић, 2008).

У другој половини 19. века Бању обилазе болесници који су чули за лековита својства њене минералне воде, и то у летњем периоду. Иако се „званична статистика о броју посетилаца у Врњачкој Бањи води од 1889. године”, постоје записи средњих и окружних лекара да је 1869. године у Бањи било „583 посетилаца који су остварили укупно 16.140 дана боравка” (Ђорђевић, 2008, стр. 307). Значајне године за развој Врњачке Бање су 1883, када је призната као *државна бања* и изграђен је *Курсалон* и 1924, када је проглашена за *лечилиште првог реда*. Развој Врњачке Бање започет је каптажама извора минералних вода, а како је проглашена државном бањом интензивира се њена изградња. Први наменски станови за издавање били су квартири (куће издужене основе са тремом за сваку просторију и просторија за кухињу и газду) (Боровић Димић, 2008).

Крајем 19. и почетком 20. века изграђене су куће које су због својих величина и изгледа добиле епитет вила. Једна од најлепших грађевина тадашње Србије је вила *Белимарковић*, генерала Јована Белимарковића изграђена је 1882. године. Отворен је хотел *Орловац* 1892. године, на месту где се данас налази хотел *Zepter*. Већ до деведесетих година 19. века у Бањи су били изграђени смештајни капацитети и други бањски објекти и имала је и око 2.000 посетилаца годишње. Међутим због непоштовања Регулационог плана, 1903. године порушени су одређени објекти (око 200 соба за издавање, односно 70% капацитета). Убрзо су изграђене нове виле, а неке од њих и данас сведоче о прошлости попут виле *Арновљевић* (данас вила *Емилија*, пре тога

Вила Сан), *Авала*, *Јела*, *Катарина*, *Соко* и друге. Током ратова Врњачка Бања била је место где су се лечили рањеници и болесни, а њени смештајни капацитети имали су функцију болница. У периоду између два рата изграђена је црква Рожества Пресвете Богородице, избушене још четири сонде, изграђено термално купатило и нови смештајни капацитети (Топаловић, 2008).

Крајем 19. и почетком 20. века Врњачка Бања била је место окупљања елите (угледни лекари, професори, генерали) који су често имали своје виле у Врњачкој Бањи. У њој су боравили између осталих Краљ Александар Обреновић, Иво Андрић, Десанка Максимовић, Максим Горки и други. Према списку из 1934. године, објекти Врњачке Бање су подељени према свом комфору на следећи начин (Боровић Димић, 2014):

- Санаторији (*Св. Борђе* и *Др Живадиновић* – данашњи хотел *Александар*, који тренутно није у функцији);
- Виле и хотели I реда (*Терапија*, *Мон Рено*, *Сплендор*, *Сотировић*, *Арновљевић*, *Белимарковић*, *Београд* и други објекти);
- Виле и хотели II реда (*Победа*, *Слобода* и други објекти);
- Виле III реда (*Вера*, *Вишња*, *Гоч* и друге виле);
- Кафане и млекарнице: (*Народна гостионица*, *Шумадија*, *Швајцарија*);
- Приватне виле и зграде (*Др Албала*, *Блазнавац*, *Др Радић* и друге);
- Друштвени домови (*Дом железничког особља*, *Дом Инвалида Друштва Црквеног Крста* и други);
- Зграде бањске управе (Електрична централа, Обавештајно одељење, Пријавно одељење, Управа Бање и комесаријат, Пошта, телеграф и телефон, Техничко одељење, Жандармеријски дом).

Након Другог светског рата Врњачку Бању посећују гости ради лечења, које шаље држава. Опао је квалитет услуга и велики број објеката није био у функцији. Педесетих и шездесетих година 20. века повећава се број посетилаца, што условљава развој нових објеката и процват Врњачке Бање (Врњачка Бања, 2022в).

2.2. Атрактивни елементи

2.2.1. Природни елементи

У атрактивне природне елементе туристичке понуде Врњачке Бање најпре треба уврстити њене минералне воде. Извори *Топла вода*, *Снежник*, који се налазе у парку и *Језеро* на ободу парка уређени су у складу са амбијентом у којем се налазе, што додатно доприноси њиховој атрактивности. *Слатина* се налази у непосредној близини Липовачке реке, а око извора се налазе уређене стазе, дрвеће, цвеће и клупе (Слика 10). Извор *Бели извор* се налази у близини хотела Врњачке терме. Посетиоци воду са овог извора често користе за облоге, јер се у народу верује да лечи реуматиодне болести и кожна обољења. Извор *Борјак* још увек није презентован у туристичке сврхе као што су претходно наведени извори и потребна су додатна истраживања и његово уређење. Извор *Врњачко врело* се користи само за флаширање воде, док се о осталим, мање

познатим изворима још увек прича са аспекта потенцијала за њихово будуће коришћење (Боровић Димић, 2001).

Слика 10. Бивете извора *Слатина* – 1, *Снежник* – 2, *Топла вода* – 3 и *Језеро* – 4



Извор: Врњачка Бања (2022г); Vrnjačka Banja Travel (2022)

Врњачка Бања препознатљива је по Централном бањском парку чије је основе поставио познати инжењер 19. века Франц Винтер, али и баштовани Јанучек, Павлек, Парис, Шеферлинг, Југовић и други. Присутни су различити стилови уређења, али је на основу начина резивања жбуња и дрвећа водећи барокни стил. Више од $1.600 m^2$ чине површине под цвећем, од којих се посебно истичу мозаични цвећњаци са порукама и цветне ронделе. Биљне врсте попут, платана, жбунастог цвећа, кестенова, затим извори минералних вода, *римски извор*, зграда Термоминералног купатила, скулптуре познатих вајара, али и други елементи парка (уређене шеталишне стазе, павиљони, фонтане, декоративно осветљење, дечије игралиште, спортски терени), чине овај парк јединственим и препознатљивим. Атрактивности парка доприносе дрвореди липа (900 стабала на $1,5 km$ од извора Снежник до ушћа Липовачке у Врњачку реку), као и велики црни бор (висок $35 m$ и пречника $1,20 m$), чија је старост 200 година, а вероватно и више. Парк је под заштитом државе и представља *споменик природе*. У оквиру централног парка налази се *Јапански врт* који се простире на $3.000 m^2$ и који представља простор урађен у традиционалном јапанском стилу. У њему се налази дрвени мост и дрвена кућа, каскадни водопад, језерце, поплочане уске стазе и посебно атрактивно осветљење. У близини Јапанског врта, такође у централном парку, налази се *врњачки лавиринт* (дужина $32 m$, ширине $23 m$ и дужине ходника $1,1 km$). Овај лавиринт формиран је садњом 440 четинарских биљака који стварају зелени зид чија висина може достићи $2 m$ (Булајић, 2018).

Биљни и животињски свет планине Гоч је још једна атрактивност на територији општине Врњачка Бања која се користи у туристичке сврхе. На овој планини се налазе реке *Сокољска* и *Гвозденачка*, и већ поменуто језеро *Селиште* у којем је забрањено купање), као и бројни извори чисте планинске воде. Боравак на овој планини погодује особама са кардиоваскуларним и проблемима дисајних органа, а природни амбијент и клима свакако доприносе свеукупној релаксацији ума и тела. Поред шума на Гочу, истичу се и шуме *Борјак*, *Бранкова главица*, *Рај*, *Мезграја* и друге, које све заједно чине комплекс *Парк шума* (Шарчевић, 2008).

У туристичку понуду се може укључити и Западна Морава, као и *Подунавачке баре*. Западна Морава има изувијан ток и неправилан, због чега се сврстава у меандарске реке и управо код Новог Села ствара вир, где се под правим углом мења њен водоток. Богата је рибом (Шарчевић, 2008, стр. 303): „бабушка, шаран, клен, скобаљ, сом, деверика бодорка, караш” и друге. *Подунавачке баре* се налазе у долини Западне Мораве на око 50 *ha* и насељава их барска вегетација и различите врсте риба. Вода је хемијски незагађена, те уз очување простора, укључивањем у туристичку понуду и промоцијом може постати интересантна туристичка атракција (Лукић, 2007).

2.2.2. Друштвени елементи

Материјални докази насељавања подручја Врњачке Бање у периоду млађег каменог доба се могу издвојити као најстарији друштвени елементи туристичке понуде. На локалитету *Лађариште* пронађени су остаци кућа, посуда, радионица за израду каменог оруђа, медијална керамика и друго (Боровић Димић, 2005). Поред ових историјских предмета, пронађени су и предмети из римског периода (око 200 комада новца из периода од *Августа* до *Валентинијана*), као и базен за купање где је још пронађено новца из тог периода, прстен и кључ. Такође у Вукушици пронађене су три римске фибуле и римско гробље, у Рсовцима чак видљиви остаци зидина и три новчића, у Врњцима римска гробна јама са урном, али и у другим насељима на територији општине Врњачка Бања су пронађени предмети (Милићевић, 2015), док се претпоставља да се римски каструм налазио на подручју села Грачац. У овом селу пронађени су остаци две турске чаршије, и сребрни новчић *Леополда I* из 1673. године. Из периода средњег века пронађени су новчић *Јустинијана I* (518-527) и један бронзани крст (Боровић Димић, 2008).

На територији општине Врњачка Бања налазе се бројни сакрални објекти, а то су (Боровић Димић, 2008; Булајић, 2018):

- црква Рожества пресвете Богородице у Врњачкој Бањи – саграђена је дозволом Милоша Обреновића 1834. године на *Црквеном брду*. У овој цркви најстарија икона која се чува је *Јерусалим* и потиче из 18. века, као и *Јеванђеље*, штампано 1796. године у Москви. Такође, треба истаћи и две иконе српског сликара Уроша Предића: *Првозвани Андреј* и *Свети Архангел Михаил*;
- црква Живоносни источник у Врњачкој Бањи – храм новије градње у српско-византијском стилу у којем је прва литургија служена 2017. године;

- црква св. Саве у Грачацу – према предању црква је саграђена 1212. године на темељима старог храма, истовремено када и манастир Жича. У цркви се чува десетак старих књига из 19. века. Занимљиво је да је у близини ове цркве пронађена мермерна плоча са латинским натписом;
- црква св. Јована у Вукушици – саграђена је 1837. године (а постоје индиције и да је старија) и посвећена је св. Јовану Крститељу. Припада типу најмањих цркава брвнара у Србији и у њој се чувају два октоиха из 18. и 19. века;
- црква пресвете Богородице у Станишинцима – за коју се сматра да је саграђена на месту где је и раније постојала стара црква са некрополом око ње;
- локалитети на којима су некада постојале цркве: црква св. Луке у Руђинцима (за коју се верује да је била црква брвнара коју су спалили Турци) и св. Петке у Липови;
- маузолеј Белимарковића – породични маузолеј Јована Белимарковића, саграђен крајем 19. века, чија је градња инспирисана одликама Моравске школе 14. и 15. века.

Градитељско наслеђе представља још један важан атрактивни друштвени елемент. Велики значај за градитељско наслеђе имају старе виле Врњачке Бање, које су подигли угледни људи с краја 19. и почетком 20. века, под утицајем различитих стилова градње заступљеним у државама где су студирали и/или боравили (Француска, Аустрија, Чешка, Русија и друге). Заступљени су различити стилови архитектуре као што су типично бањска архитектура (виле *Авала*, *Косово*, *Војводина*, *Савка* и друге), византијско-балканска (виле *Златибор*, *Мир*, *Грлица*, *Славуј* и *Царић*), псеудо-класицистичка (виле *Железничар*, *Белимарковић* и *Лазар Стојадиновић – Поштански дом* и друге), сецесија (виле *Арновљевић*, *Јела* и *Дом др Д. Радића*), алпска (виле *Копаноник*, *Врачар*), модерна (виле *Блазнавац*, *Хортензија*, *Њујорк*, *Џимић* и друге). Једна од најпознатијих старих вила Врњачке Бање је вила *Белимарковић* грађена по узору на пољске дворце Италије 19. века, као летњиковац генерала Јована Белимарковића (Боровић Димић, 2014). Данас је вила познатија као Замак културе и представља Завичајни музеј Врњачке Бање са изложбеним простором у коме се одржавају бројне изложбе (стална поставка: „Лађариште – праисторија Врњаца”, „Етнографско наслеђе Врњачке Бање”, „Спомен соба генерала Белимарковића”), предавања, промоције књига, концерти и драмски колажи летње школе (Туристичка организација Врњачке Бање, 2022в).

У Врњачкој Бањи је нарочито за туризам значајна променада, односно бањско шеталиште на коме се налазе *Трг културе*, библиотека, биоскоп, бројни угоститељски објекти, трговински објекти, фонтана, позната скулптура *Врабац Гочко*, маскота *Игара без граница* постављена још 1990. године. Поред ове, у парку се налазе и бројне скулптуре, настале за потребе манифестације *Врњачка јесен* (одржана 1965. године на иницијативу Добрице Ћосића и Миодрага Протића) од којих су значајни радови два престижна светска уметника „Алина Шапошњикова (*Сирена* и *Лептир*) и Ернста Неизвесног (*Камене сузе* и *Кентаур*), али и бројних домаћих уметника попут Павла

Пајевића (*Портрет*), Богдана Богдановића (*Мудрост и књига*), Момчила Крковића (*Човек тврђава*)” и многих других (Руђинчанин, 2008а, стр. 554). Скулптура има и испред хотела *Фонтана* и у башти кафеа *Швајцарија*. Амбијент допуњују и споменици, од којих је најстарији споменик краљу Александру Карађорђевићу у централном бањском парку. Поред овог истиче се и споменик глумцу Драгану Николићу, као и споменик Павлу Мутавцићу. У парку се налази и Алеја заслужних грађана Врњачке Бање, у оквиру које се налазе бисте Миодрагу Б. Протићу, др Душану Радићу, Јовану Миодраговићу и друге.

На територији општине Врњачка Бања у селу Штулац налази се и спомен-парк „Попина” који се простире на 12 *ha*, и који је посвећен борцима страдалим у Попинској битки 13.10.1941. године. У Вранешима се налази споменик посвећен палим борцима у Другом светском рату, док се у Грачацу налази споменик Св. Сави у близини цркве Св. Саве. За Бању су значајне њене чесме којих има највише у парковском делу и од којих се посебно истиче чесма коју је подигао генерал Јован Белимарковић 1892-1896. године. Спомен-чесме се могу наћи у Руђинцима, Штулцу, Липови, Станишинцима и Новом Селу (Булајић, 2018).

Парк Врњачке Бање је препознатљив по туристички атрактивним превозним средствима (туристички возић, четвороцикли, кочије, бицикле, електрични тротинети) и по њеним бројним мањим мостовима од којих се посебно истичу:

- *Мост љубави* – место на којем је могуће симболично *закључати* љубав катанацима;
- *Златни мост* – који је посвећен математици и златном пресеку, јер се према неким веровањима баш на овом месту налази златни пресек Врњачке Бање. Мост је симболично и утицао на настанак културно-научне манифестације *Мост математике*, која окупља стручњаке из ове области;
- *Мост Даљинар* – на којем се налазе табле са подацима о удаљености од светских метропола;
- *Мост филмске уметности* „Ко то тамо пева” – посвећен филмским глумцима и значајним југословенским и српским остварењима у кинематографији;
- *Мост споменар* – на којем се налазе неки од најлепших цитата познатих књижевних дела.

У централном делу Врњачке Бање налази се културно-историјска целина од великог значаја *Чајкино брдо*, јер се на њему налази 49 објекта који су на списку Завода за заштиту споменика културе из Краљева, од њих је чак 39 старих вила. Овај простор заштићен је и Законом о заштити природе Републике Србије. Овде се налази најстарији архитектонски објекат Бање, црква Рожества Пресвете Богородице, као и летња позорница – амфитеатар који носи назив по домаћем глумцу који је радо боравио у Врњачкој Бањи – Данилу Бати Стојковићу. Изграђен је после Другог светског рата, а реновиран је 1988. године. На летњој позорници се одржавају бројни фестивали и догађаји. Ту је и *Спомен соба Данила Бате Стојковића*, где се могу видети неки

његови предмети, признања, фотографије и слично. *Чајкино брдо* краси споменик *Муза са фениксом*, која симболизује Еутерпу, музу поезије. Реконструкцијом овог брда урађени су и вештачки водопади, који се могу видети са бањског шеталишта, као и две стазе: *стаза Патријарха Павла* и *стаза Бошка Руђинчанина*, заслужног грађанина Врњачке Бање. Испод *Чајкиног брда* налази се тунел дужине 234 *m*, настао у Другом светском рату. Тренутно се ради на уређењу овог тунела, који ће имати функцију музеја (Булајић, 2018). Такође, испод *Чајкиног брда*, налази се *Музеј бањског лечења*, са 180 експоната који сведоче о историји лечења у Врњачкој Бањи (Туристичка организација Врњачке Бање, 2022). Поред заштите *Чајкиног брда*, статус претходне заштите има чак 103 објекта, од којих већину чине старе бањске виле (84). Такође, стара вила, а данас *Замак културе Јован Белимарковић* представља непокретно културно добро од великог значаја (Marić *et al.*, 2009).

У околини Врњачке Бање се налазе бројне значајне културно-историјске вредности, што може додатно обогатити туристичко искуство. Међу њима су (Републички завод за развој Републике Србије, 2005): „манастири рашко-моравске баштине – Студеница, Жича, Градац, Ђурђеви ступови, Сопоћани, Љубостиња, Велуће, Каленић и Лазарица; црква Светих апостола Петра и Павла; средњовековне тврђаве – *Рас, Маглич, Брвеник, Козник* и друге културно-историјске вредности”.

2.3. Рецептивни елементи

Према Милићевић (2015) у Врњачкој Бањи се налази преко 15.000 лежајева, при чему је највећи број у домаћој радиности (око 10.000), у хотелима, апартманским насељима (око 4.500) и у здравственом центру „Медицински и Spa комплекс Меркур” (850). За Врњачку Бању се може рећи да има разноврсну понуду смештајних капацитета и да њену туристичку понуду чине новоизграђени луксузни хотели са богатим садржајима у понуди. Према Извештају о категорисаним објектима за смештај у Србији за октобар месец 2022. године, постоји 11 хотела на територији општине Врњачка Бања. Највише хотела је са 4 звездице (6), 2 хотела имају 5 звездица и 2 хотела 3 звездице, док само један хотел има 2 звездице (Табела 12) (Министарство трговине, туризма и телекомуникација – Сектор за туризам, 2022).

Табела 12. Категоризација хотела у Врњачкој Бањи

Назив објекта	Врста објекта	Категорија
<i>Даница</i>	Гарни хотел	2 звездице
<i>Бреза</i>	Хотел	3 звездице
<i>Lider S</i>	Хотел	3 звездице
<i>Краљ</i>	Гарни хотел	4 звездице
<i>Фонтана</i>	Хотел	4 звездице

Табела 12. Наставак

Назив објекта	Врста објекта	Категорија
<i>Слатина</i>	Хотел	4 звездице
<i>Solaris Resort</i>	Хотел	4 звездице
<i>Врњачке терме</i>	Хотел	4 звездице
<i>Zepter</i>	Хотел	4 звездице
<i>Парк</i>	Хотел	5 звездица
<i>Тонанти</i>	Хотел	5 звездица

Извор: Министарство трговине, туризма и телекомуникација – Сектор за туризам (2022)

Већина хотела има у понуди *wellness & spa* центар, конференцијске сале, базене, *fitness* центре, као и садржаје за децу у виду играоница и игралишта. Као најзначајнији рецептивни објекат здравственог туризма у Врњачкој Бањи може се издвојити „Медицински и Спа комплекс Меркур”, јер располаже највећим бројем смештајних јединица и богатим садржајем. Нуди разноврсне здравствене пакете и представља *Национални центар за лечење дијабетеса* Републике Србије (Табела 13).

Табела 13. Садржаји смештајних капацитета (не укључујући виле и апартмане) у Врњачкој Бањи

Хотел/ број смештајних јединица	Садржај
<i>Медицински и Спа комплекс Меркур</i>	850 4 смештајна објекта; 3 ресторана; <i>Wellness & Spa</i> центар; <i>балнео</i> центар; <i>пелоид</i> центар; центар за масаже; <i>aqua</i> центар; центар медицинске естетике; поликлиника са 40 лекара; физикални блок; <i>Fitness</i> центар; 2 затворена базена са термоминералном водом; 4 конференцијске сале; хипербарична комора.
<i>Тонанти</i>	151 2 ресторана; <i>Wellness & Spa</i> центар; 3 конференцијске сале; 3 базена (затворени, отворени и дечији); дечија играоница; фризерски салон; <i>Fitness</i> центар.
<i>Парк</i>	57 2 ресторана; <i>Wellness & Spa</i> центар; 2 конференцијске сале.
<i>Слатина</i>	24 ресторан; <i>Wellness & Spa</i> центар; 3 базена (затворени са сланом водом, отворени за одрасле и дечији); конференцијска сала; дечија играоница.
<i>Фонтана</i>	212 ресторан; <i>Wellness & Spa</i> центар; 2 базена (затворени и дечији); конференцијска сала; сала за венчања; <i>Fitness</i> центар; дечија играоница; медицинске услуге (хемодијализни третмани).

Табела 13. Наставак

Хотел/ број смештајних јединица		Садржај
<i>Zepter</i>	118	ресторан; конгресна дворана, затворени базен са термоминералном водом; џакузи и сауна; теретана; билијар, куглана и стони-тенис; <i>Beauty</i> центар
<i>Врњачке терме</i>	85	ресторан; <i>Wellness & Spa</i> центар; 8 базена са термалном водом (5 затворених и 3 отворених); 2 конференцијске сале; дечија играоница; <i>Fitness</i> центар; казино; винарија
<i>Solaris Resort</i>	91	ресторан; <i>Wellness & Spa</i> центар; 3 базена (затворени са сланом водом, 2 отворена, од којих је један био-дизајн); конференцијска сала; дечија играоница
<i>Pegaz Holiday Resort</i>	52	ресторан; <i>Slowellness</i> ; затворени базен: 2 конференцијске сале; теретана; библиотека; креативни кућак за децу
<i>Краљ</i>	21	ресторан; <i>Wellness</i> центар; хидромасажни отворени базен; <i>Beauty</i> зона и медицински третмани; <i>Fitness</i> центар; конференцијска сала
<i>Бреза</i>	152	ресторан; затворени базен; банкет сала; сале за састанке; куглана и сала за стони тенис
<i>Променада</i>	165	ресторан; конференцијска сала; подрум вина
<i>Lider S</i>	23	ресторан; <i>Wellness</i> центар; конференцијска сала
<i>Банбус</i>	100	ресторан; простор за састанке; спортски терени
<i>Врабац</i>	10	ресторан; дечије игралиште; отворени базен
<i>Даница</i>	26	ресторан; сала за састанке; сала за масажу; <i>Fitness</i> сала

Извор: Аутор

Значајан део смештајне понуде чине виле и апартмани од којих поједини објекти у свом саставу имају ресторани и барове (виле: *Емилиа, Савка, Мињон, Врачар, Ас, Лазар, Девеџић, Опера; Sunny Hill* апартмани и други објекти), базене (виле: *Девеџић, Роса, Рај* и *Опера; Мила* апартмани и други објекти), *aqua* центар (*Sunny Hill* апартмани), *wellness* садржаје (виле: *Роса, Емилиа, Опера; Бисер* апартмани и други објекти) и друго.

Понуду угоститељских објеката чине и бројни ресторани (*Вир, Круна, Дукат, Огњиште, Nitero Uno, Етно ресторан Код Кумова*, и други) у којима се служе национална јела и јела интернационалне кухиња; као и кафићи, од којих је већина лоцирана у централном делу Врњачке Бање, на променади. Приметно је да су се у Врњачкој Бањи изградиле и још увек граде стамбене зграде са становима који се често купују како би се издавали туристима, чиме се повећава број апартмана и соба за издавање у приватном власништву, која представља доминантну структуру смештајних капацитета.

Када је у питању спортско-рекреативна понуда у Врњачкој Бањи се налази спортска хала *Владе Дивац* која обухвата 1.400 m^2 и капацитета је 1.300 места. Садржи сале за борилачке спортове, амбуланте, а погодна је и за одржавање различитих спортских манифестација, припрема спортиста, утакмица, тренинга и кампова (Спортски центар Врњачка Бања, 2022). Поред ове хале, ту су и спортске сале које се налазе у основним и средњим школама. У Врњачкој Бањи постоје терени за тенис *A.T.O.C.* који се налазе у самом парку и спортски центар *Каровић*, који у свом саставу има четири тениска терена са шљаком на отвореном, терен за фудбал на отвореном и на затвореном. На отвореном се налазе и терени стадиона малих спортова *Коцка*, који су погодни за организовање радничко-спортских игара. У Врњцима се налази и фудбалски терен, који је опремљен подлогом по европским стандардима (Туристичка организација Врњачке Бање, 2022а). Поред бројних базена у оквиру хотела и осталих смештајних капацитета, у Врњачкој Бањи се налази отворени *Олимпијски базен* (димензија $25 \times 50\text{ m}$ и дубине $1,20\text{ m}$ до $2,20\text{ m}$) и базен *Клобук* (димензија $25 \times 12,5\text{ m}$ и дубине од $1,5\text{ m}$ до $1,8\text{ m}$), који је настао 1936. године као први летњи базен за купање у Врњачкој Бањи (Врњачка Бања, 2022б). Зими је доступан ски лифт на Гочу, који се састоји од две скијашке стазе, а капацитет је 1.196 скијаша на сат уз могућност ноћног скијања. Спортско-рекреативну понуду употпуњује *Авантуристички центар В.Б. 036* који нуди изнајмљивање бицикала, вожњу квадовима на планини Гоч, стреличарство, авантура парк, оријентиринг, пешачке туре, пикник/ручак у природи (на Гочу, крај језера Селиште), Моравску авантуру (веслање кајаком, чамцима, такмичења, релакс зоне уз обалу реке и друго) (Туристичка организација Врњачке Бање, 2022б).

Када су у питању рецептивни капацитети значајно је још споменути летњу позорницу са 1.500 места, Замак културе са галеријским и музејским простором, музеје, народну библиотеку, биоскоп, инфо центар (Милићевић, 2015), интерактивне туристичко информативне табле, трговинске радње, банке, винарије, као што је винарија *Грабак* која има и смештајне капацитете, ресторан и базене у понуди, итд. У понуди је и *Аква парк Рај*, који садржи базен са таласима, базен са гусарским бродом, лењу река, базен са масажерима, разноврсне тобогане, бар и друго (Аква парк Рај, 2022). У току је завршетак радова на изградњи националног ватерполо центра и панорамског точка.

У циљу планирања, развоја и унапређења туристичке делатности у Врњачкој Бањи формирана је Туристичка организација Врњачке Бање. Њене активности оријентисане су на креирање програма развоја туризма, информативну функцију, промотивне активности, унапређење квалитета туристичке понуде и друго. На њиховом сајту доступне су опште информације о Врњачкој Бањи (смештај, историја, култура, туристичке атрактивности, спорт, информације о планини Гоч), али и виртуелна тура, у оквиру које су укључене неколико атрактивности. Поред туристичке организације, у Врњачкој Бањи се налазе туристичке агенције (*Spa travel & Service, Vuk Tours, Blue Travel, Banja Inn Plus, Barcino Tours*) које промовишу понуду појединих смештајних капацитета, нуде информације о Врњачкој Бањи, организују излете до Гоча, манастира у околини Врњачке Бање и друго.

2.4. Врсте туризма

Према *Стратегији одрживог развоја Врњачке Бање 2013-2023*, у Бањи су заступљене следеће врсте туризма:

- Здравствени туризам;
- Рекреативни туризам;
- Конгресни туризам;
- Културно-забавни туризам;
- Излетнички туризам;
- Спортски туризам;
- Омладински, ђачки туризам.

Здравствени туризам Врњачке Бање се базира на њеним лековитим термоминералним водама, али и осталим природним факторима попут климе, зеленила, чистог ваздуха који заједно повољно утичу на здравље човека. Лечење се спроводи у „Медицинском и Спа комплексу Меркур”, који је опремљен медицинском опремом за превенцију, дијагностику и рехабилитацију, у случају дијабетеса, болести органа за варење и коштаног-зглобног система. Поред тога у *Меркур* долазе болесници у циљу лечења болести из области „ендокринологије, гастроентерологије, реуматолошких обољења, дисајног тракта, урологије, болести метаболизма, кардиоваскуларних и гинеколошких болести” (Медицински и *spa* комплекс Меркур, 2022). Поликлиника ове установе укључује лабораторију, бројне специјалисте и субспецијалисте као и савремену опрему. Меркур је *Национални центар за оболеле од дијабетеса*, због чега о трошку Републичког фонда за здравствено осигурање могу овде боравити држављани Републике Србије који су оболели од шећерне болести и том приликом добити дијагностику, терапију, правилну исхрану, едукацију и физичку активност. Гастро кабинет Меркура лечи болести органа за варење уз примену лековитих термоминералних вода Врњачке Бање. Минерална вода се користи и за клизме, купање у кадама, вагинално орошавање, а примењује се и лековито блато. Физикални центар једна је од најразвијених служби *Меркура* и користе се различити начини примене физичке енергије (топлотне, магнетне, светлосне, електричне и друге). У медицинском центру доступни су „третмани лимфне дренаже, кавитације, радио таласа лица, уклањање масних наслага и целулита савременим *Zerona* зеленим ласером, мезотерапија, третмани хијалуроном и ботоксом” (Медицински и *spa* комплекс Меркур, 2022). Велику предност у лечењу доноси и хипербарична комора, која помаже у побољшању општег здравља, јачању имунитета, смањењу умора, у постоперативним стањима и друго. У циљу превенције и очувања доброг здравља туристи Врњачке Бање могу да користе неки од бројних *wellness & spa* центара који обухватају разноврсне сауне, масаже, купке, базене, слане собе, собе за релаксацију и медитацију и друго. Понуда здравственог туризма Врњачке Бање је таква да омогућава задовољење основних мотива посете бањама, као што су: превентива (релаксација и опуштање – *wellness*) и куратива (лечење и рехабилитација).

Рекреативни туризам је развијен у Врњачкој Бањи јер туристима нуди стазе за шетњу и вожњу бицикала, *fitness* центре, различите спортске терене, спортску халу, авантуристички центар и друго. Рекреативне активности су разноврсне и у Врњачкој Бањи је могуће практиковати их на бројне начине због чега се ова врста туризма посебно истиче. У оквиру смештајних капацитета се такође нуде хетерогени садржаји који обогаћују понуду рекреативног туризма у Врњачкој Бањи. Такође, понуда ове врсте туризма употпуњена је близином Гоча, Гледићких планина, Жељина и осталих околних места.

У Врњачкој Бањи се организују конференције, конгреси, семинари и други пословни догађаји. Конгресни туризам је заступљен захваљујући бројним салама за мале и велике пословне скупове. Сале за пословне догађаје налазе се у оквиру свих хотела Бање, од којих је већина опремљена савременом опремом и могућностима за адаптацију у складу са захтевима организатора. Највеће капацитете ових сала имају хотели *Zepter* и *Фонтана*. Треба истаћи да је конгресни туризам у Врњачкој Бањи најпре развијен захваљујући капацитетима хотела *Zepter*. Овај хотел „поседује конгресну салу – *Zepter Conference Hall* и *Zepter Meeting Room*, капацитета чак до 1.400 места, с могућношћу рада у пленуму и по секцијама у чак пет мањих сала” (*Zepter*, 2022). Развоју конгресног туризма доприноси рецептивна туристичка агенција *Spa Travel*, и посебно се истиче допринос у организовању следећих догађаја (*Spa Travel*, 2022): „Годишње саветовање судија Републике Србије” (више од 1.200 учесника), „Олимпијада пензионера” (више од 1.200 учесника), семинари за потребе осигуравајућих друштава и за потребе фармацеутских кућа, окупљања синдиката и други.

Главну улогу у развоју културног туризма Врњачке Бање има Културни центар Врњачке Бање – који управља Замком културе у ком се организују различите догађаје овог карактера (изложбе, предавања, концерте, фестивале, промоције и друго). Најзначајнији фестивали у области културног туризма су „Међународни фестивал класичне музике” (који укључује и педагошки програм са курсевима виолине и камерне музике) и „Фестивал филмског сценарија”, који се организује сваког августа на летњој позорници. Понуду културног туризма употпуњује Музеј бањског лечења на Тргу културе, Народна библиотека др Душан Радић (где се организују књижевне вечери, изложбе, окупљања које промовишу књижевност, фотографију, ликовну уметност, музику и друго) и биоскоп (где се понекад, поред летње позорнице, одржавају позоришне представе). У културно-забавни туризма могу се уврстити концерти, понуда за провод младих и манифестације као што су: „Пољуби ме” (такмичење у најдужем пољупцу 14. фебруара), „Златне нити” (сајам народног стваралаштва села и посела), „На Десанкин дан” (манифестација посвећена Десанки Максимовић, која окупља писце, песнике и њене љубитеље), „Мост математике” (циљ ове манифестације је популаризација математике), „Сајам цвећа и старих заната” (када се на бањском шеталишту излажу рукотворевине, цвеће и друго), „Сећање на великане српског глумишта” (када се у парку излажу предмети који сећају на српске глумце). Две највеће, односно најмасовније манифестације су:

- „Међународни Врњачки карневал” (Слика 11) – обухвата карневалску поворку, представе, концерте, изложбе и друге садржаје. Организује се у јулу месецу сваке године. За седам дана трајања окупи и више од 200.000 туриста и посетилаца (Ђорђевић *et al.*, 2021).
- „Lovefest” (Слика 12) – музички фестивал који организује група локалне омладине са циљем да промовише музику, уметност и урбану културу младих. Одржава се сваког лета 3 дана у августу (Lakićević *et al.*, 2020), у парку извора термоминералне воде *Језеро*, и просечно је дневно посети 20.000 посетилаца (Ђорђевић *et al.*, 2021a).

Слика 11. Манифестација „Међународни Врњачки карневал”



Извор: Општина Врњачка Бања (2022)

Слика 12. Манифестација „Lovefest”



Извор: Општина Врњачка Бања (2022)

Излетнички туризам у Врњачкој Бањи је заступљен због њене амбијенталне уређености најпре парковских површина, близине Западне Мораве и планине Гоч. Дешавања различитог карактера у Врњачкој Бањи често могу да привуку излетнике. Разноврсна понуда угоститељских објеката и њихових садржаја и уживање у јединственим амбијентима учинили су да излетнички туризам буде заступљен у Врњачкој Бањи.

Спортски туризам је заступљен у виду организовања различитих турнира, утакмица и припрема спортиста. Материјалну базу за то чине спортске сале, спортски терени, *fitness* центри. Важну улогу у развоју ове врсте туризма има *Спортски центар Врњачка Бања*, али и хотелијери који омогућавају смештај и боравак спортиста. Један од познатијих спортских турнира у Врњачкој Бањи је *3x3 баскет*, који се одржава на *Тргу културе*.

Омладински и ђачки туризам је присутан у Врњачкој Бањи, јер се овде реализују ђачке екскурзије предшколских установа, основних и средњих школа из Републике Србије. Поред наведених врста туризма у *Стратегији одрживог развоја Врњачке Бање 2013-2023* се спомиње још и ловни и риболовни туризам због два уређена ловишта на Гочу, као и због могућности развоја риболова на Западној Морави и *Подунавачким барама*.

3. Анализа развоја туризма у Врњачкој Бањи

3.1. Туристички промет

У Републици Србији, коју је 2021. године посетило 2.591.293 туриста, њена престоница, град Београд био је водећа туристичка дестинација са 607.873 туриста (23,5% укупног броја туриста у Србији), док је Врњачка Бања на другом месту са 267.672 туриста (10,3% укупног броја туриста у Србији). На трећем месту по броју долазака туриста у Србији налази се Златибор са 204.112 туриста, затим следи Сокобања коју је у 2021. години посетило 159.131 туриста и Нови Сад са 134.267 туриста. Првих пет најпосећенијих туристичких дестинација генерисало је 53% укупног броја туриста у Србији. Највише домаћих туриста у претходној години посетило је Врњачку Бању (231.112), затим Златибор (160.718), Сокобању (154.815), Београд (147.845) и Нови Сад (64.369). Страних туриста је највише било у Београду (460.028), Новом Саду (69.898), затим Златибору (43.394), Врњачкој Бањи (36.560) и значајно мање у Сокобањи (4.316). Домаћи туристи су у просеку најдуже боравили у Сокобањи (4,7 ноћи), Златибору (3,4) и Врњачкој Бањи (3,2), док су страни туристи готово једнако дуго боравили у Сокобањи (3,0 ноћи) и Врњачкој Бањи (2,9 ноћи), и нешто краће на Златибору (2,7 ноћи). Као што је карактеристично за градске туристичке дестинације, туристи су краће боравили у Београду и Новом Саду. Примећује се да су нешто дуже боравили страни туристи од домаћих у овим градским дестинацијама (Табела 14) (Републички завод за статистику Републике Србије, 2022б).

Табела 14. Туристички промет најпосећенијих туристичких дестинација у Србији у 2021. години

	Доласци туриста			Ноћења туриста			Просечан број ноћења	
	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни	Домаћи	Страни
1	2.591.293	1.720.054	871.239	8.162.430	5.732.833	2.429.597	3,3	2,8
2	607.873	147.845	460.028	1.628.288	390.294	1.628.288	2,6	2,7
3	267.672	231.112	36.560	852.297	745.118	107.179	3,2	2,9
4	204.112	160.718	43.394	660.778	544.835	115.943	3,4	2,7
5	159.131	154.815	4.316	756.089	743.017	13.072	4,7	3,0
6	134.267	64.369	69.898	335.738	153.034	182.704	2,4	2,6

Легенда: 1 – Република Србија; 2 – Београд; 3 – Врњачка Бања; 4 – Златибор; 5 – Сокобања; 6 – Нови Сад.

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2022б)

Укупна посећеност бањских места у Србији у 2021. години износила је 677.404, односно 26,1% од укупног броја туриста у Србији те године. Међу бањским местима Врњачка Бања је лидер на тржишту, и то са чак 40,5% више туриста од Сокобање која је следи. Ипак, приметно је да се нешто дуже задржавају домаћи и страни туристи у Сокобањи. Поред Врњачке Бање и Сокобање, међу првих пет водећих у Србији су и

Бања Врдник, Палић и Буковичка Бања. Чак 81,7% укупног броја туриста у бањама Србије, апсорбују ових пет бања. Број страних туриста у Врњачкој Бањи је чак за 30,6% већи од укупног броја туриста преостале четири водеће бање и чак 49,0% од укупног броја страних туриста у бањским местима је посетило Врњачку Бању (Табела 15).

Табела 15. Туристички промет бањских места у Србији у 2021. години

	Доласци туриста			Ноћења туриста			Просечан број ноћења	
	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи
1	677.404	602.806	74.598	2.636.000	2.382.736	253.264	3,9	3,4
2	267.672	231.112	36.560	852.297	745.118	107.179	3,2	2,9
3	159.131	154.815	4.316	756.089	743.017	13.072	4,7	3,02
4	61.838	53.545	8.293	144.035	124.415	19.620	2,3	2,4
5	35.811	27.093	8.718	85.239	69.070	16.169	2,5	1,8
6	29.583	25.542	4.041	75.809	62.855	12.954	2,5	3,2

Легенда: 1 – бањска места; 2 – Врњачка Бања; 3 – Сокобања; 4 – Бања Врдник; 5 – Бања Палић; 6 – Буковичка Бања.

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2022б)

Највећи број туриста (283.491) и број ноћења (907.892) у Врњачкој Бањи у периоду од 2012. до 2021. године остварен је у 2019. години. Укупан број туриста и број ноћења је у претходних десет година био у порасту, осим у 2014. години (-6,4%) и 2020. години (-25,4%). Пандемија *COVID-19* је довела до нешто већег пада у туристичком промету, нарочито 2020. године када је број домаћих туриста опао за 13%, док је број страних туриста опао за чак 79,8%. Ипак, треба напоменути да узимајући у обзир бројне рестриктивне мере и огроман пад туризма на глобалном нивоу у време пандемије, туризам у Врњачкој Бањи се ипак одржао. Такође, већ у наредној години 2021. број туриста се повећао за 26,6% у поређењу са бројем туриста у 2020. години (број домаћих туриста за 15,05%, број страних туриста за 244,35%), док је пад у броју туриста у 2021. години у односу на 2019. годину свега за 5,6%. Овакво стање туристичког промета показује да је туризам Врњачке Бање одржан захваљујући најпре домаћем туризму, али да има и тенденцију брзог опоравка, где треба посебно нагласити да је опоравак приметан у фази трајања кризе. Број домаћих туриста се у претходних десет година мењао у складу са растом и падом у укупном броју туриста. Ситуација је нешто другачија када је у питању број страних туриста, јер је до пада у овом броју, поред 2021. године, дошло и 2017. године (-4,72%), док је 2014. када је дошло до пада броја домаћих туриста дошло до повећања страних туриста (+12%). Укупан број ноћења туриста, број ноћења домаћих и страних туриста мењао се у складу са променама у броју туриста у посматраном периоду. Просечан број ноћења домаћих туриста у посматраном десетогодишњем периоду је 3,5, док је просечан број ноћења страних туриста нешто мањи и износи 2,8 (Табела 16). У периоду од 1869. до 1890. године просечан број ноћења био је од 24 до 30 ноћи, од 1891. до 1912. године од 21 до 24, од 1919. до 1939. године од 19 до 20, од 1946. до 1959. године од 15 до 20, од 1960. до

1989. године од 7 до 10 дана, од 1990. до 2002. године од 4 до 8 ноћи (Ђорђевић, 2008). Узимајући у обзир ове податке, просечан број ноћења се временом смањује, што је вероватно последица:

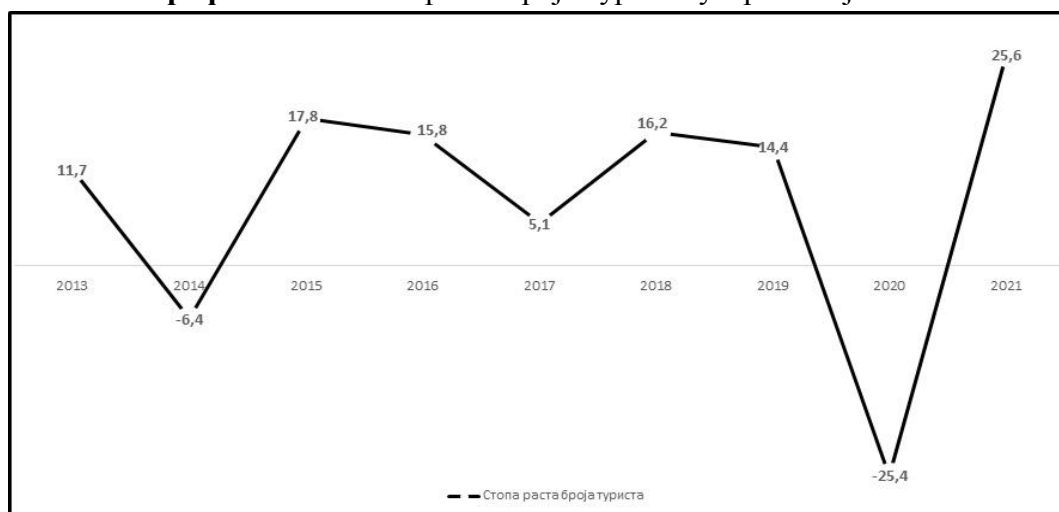
- промена начина живота и лечења (јавља се убрзан начин живота и свакодневни стрес што доводи до све чешће потребе за краћим одморима и бегом од свакодневнице);
- промена преференција и потреба савремених туриста;
- појаве већег броја краћих одмора годишње, уместо једног дугог;
- појаве викенд одмора и
- повећања броја оних туриста који не долазе да посете Врњачку Бању ради лечења, већ из неких других разлога (конференције, *Wellness* викенди, рекреација, спорт, култура и друго).

Табела 16. Туристички промет Врњачке Бање у периоду од 2012. до 2021. године

Год.	Доласци туриста			Ноћења туриста			Просечан број ноћења	
	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи
2012.	142.232	124.521	17.711	524.060	472.580	51.480	3,8	2,9
2013.	158.900	137.822	21.078	611.699	548.469	63.230	4,0	3,0
2014.	148.743	125.142	23.601	510.970	444.532	66.438	3,6	2,8
2015.	175.153	146.208	28.945	562.862	481.150	81.712	3,3	2,8
2016.	202.820	163.997	38.823	677.690	573.394	104.296	3,5	2,7
2017.	213.194	176.202	36.992	701.622	603.279	98.343	3,4	2,7
2018.	247.709	200.343	47.366	818.045	695.171	122.874	3,5	2,6
2019.	283.491	230.887	52.604	907.892	774.206	133.686	3,4	2,5
2020.	211.496	200.879	10.617	698.238	668.635	29.603	3,3	2,8
2021.	267.672	231.112	36.560	852.297	745.118	107.179	3,2	2,9

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2013, 2014б, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022б)

Графикон 3. Стопа раста броја туриста у Врњачкој Бањи



Извор: Аутор

Просечна стопа раста броја туриста у периоду од 2012. године до 2022. године износи 8,3%, док је највећа стопа раста у 2021. години (25,6%). Најмања стопа раста од 5,1% забележена је 2017. године (Графикон 3).

Како би се закључило у којим месецима је изражена сезоналност туристичког промета у табелама 17. и 18. је приказан број долазака домаћих и страних туриста и број њихових ноћења по месецима за период од 2019. до 2021. године у Врњачкој Бањи. Оно што се најпре уочава јесте период кризе изазван пандемијом, који је прекинуо значајан раст броја туриста у 2019. години. Током прва два месеца 2020. године забележен је већи број туриста него у истом том периоду 2019. године. Већ у марту 2020. године када је регистрован први случај заразе *корона* вирусом, долази до пада броја туриста, да би у априлу дошло до потпуног заустављања туризма. Након тога, може се рећи да је опоравак уследио брзо и то због боравка домаћих туриста, којих је у посматраном периоду највише било августу 2020. године.

Табела 17. Број туриста у Врњачкој Бањи од 2019. до 2021. године по месецима

Мес.*	Укупно			Домаћи			Страни		
	2019.	2020.	2021.	2019.	2020.	2021.	2019.	2020.	2021.
1.	8.577	11.652	8.263	7.265	9.363	7.724	1.312	2.289	539
2.	6.766	11.403	9.316	6.061	9.923	8.511	705	1.480	805
3.	14.004	7.450	8.792	11.693	5.852	7.836	2.311	1.598	956
4.	16.365	3	13.049	14.546	3	11.859	1.819	-	1.190
5.	26.472	10.146	22.148	22.946	10.108	19.891	3.526	38	2.257
6.	29.611	23.583	31.167	23.583	22.940	27.241	6.028	643	3.926
7.	43.976	38.649	36.457	33.609	37.869	29.710	10.367	780	6.747
8.	61.504	58.229	64.970	47.302	57.004	53.597	14.202	1.225	11.373
9.	22.549	22.507	24.523	18.755	21.765	22.022	3.794	742	2.501
10.	20.007	14.202	17.768	17.625	13.371	15.567	2.382	831	2.201
11.	13.191	6.578	13.663	11.101	6.039	11.948	2.090	539	1.715
12.	20.469	7.094	17.556	16.401	6.642	15.206	4.068	452	2.350

*месеци су нумерисани редним бројевима (од 1 – јануар до 12 – децембар)

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2019а-2019к, 2020а-2020к, 2021а-2021ј)

У анализираном трогодишњем периоду најмања посећеност забележена је у априлу месецу 2020. године (3) и новембру 2020. године (6.578), као и у фебруару 2019. године (6.766). Највећа посећеност Врњачке Бање забележена је у августу 2021. године (64.970), затим у августу 2019. године (61.504) и у августу 2020. године (58.229) на основу чега се закључује да је *врх* сезоне у овом месецу. Поред августа, јул је на другом месту по броју посећености туриста у Врњачкој Бањи, након којег следи јун месец, мај и септембар. На основу наведених података, може се констатовати да туристичка сезона у Врњачкој Бањи траје од маја до септембра. Такође, може се уочити да се издваја и кратка зимска туристичка сезона у децембру месецу, као и да посећеност у осталим месецима јесте мања од 20.000 туриста, али није занемарљива.

Табела 18. Број ноћења туриста у Врњачкој Бањи од 2019. до 2021. године по месецима

Мес.*	Укупно			Домаћи			Страни		
	2019.	2020.	2021.	2019.	2020.	2021.	2019.	2020.	2021.
1.	25.133	33.706	23.654	21.627	28.051	22.172	3.506	5.655	1.482
2.	22.094	31.975	25.661	20.064	28.346	23.501	2.030	3.629	2.160
3.	36.990	25.318	24.547	31.716	22.077	21.542	5.274	3.241	3.005
4.	54.286	8	38.802	48.752	8	35.337	5.534	-	3.465
5.	83.939	31.764	70.903	74.581	31.700	64.251	9.358	64	6.652
6.	85.430	72.310	97.345	70.534	70.260	86.203	14.896	2.050	11.142
7.	142.449	138.593	116.555	116.346	135.784	99.411	26.103	2.809	17.144
8.	210.298	186.200	207.040	175.018	181.669	177.033	35.280	4.531	30.007
9.	94.687	92.492	105.134	85.903	90.073	95.668	8.784	2.419	9.466
10.	62.465	46.155	53.820	56.120	43.798	45.481	6.345	2.357	8.339
11.	40.502	23.813	45.320	33.885	22.200	38.348	6.617	1.613	6.972
12.	49.619	15.904	43.516	39.660	14.669	36.171	9.959	1.235	7.345

*месеци су нумерисани редним бројевима (од 1 – јануар до 12 – децембар)

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2019а-2019к, 2020а-2020к, 2021а-2021ј)

Сходно броју долазака највећи број ноћења туриста у Врњачкој Бањи у посматраном периоду такође је забележен током августа месеца, и то 2019. године (210.298), 2021. године (207.040) и 2020. године (186.200). Највећи број ноћења остварили су домаћи туристи у августу 2020. године (181.669), док су страни туристи у августу 2019. године (35.280) (Табела 18). Интересантно је да су најдуже у Врњачкој Бањи боравили домаћи туристи у августу месецу 2019. године (4,6 ноћи), док су страни туристи највећи просечан број ноћења остварили у новембру 2021. године, (4,1 ноћ). Најкраће се туристи задржавају у децембру месецу у просеку за посматрани период и то 2,4 ноћи (2,3 ноћи домаћи туристи и 2,8 ноћи страни туристи).

3.2. SWOT анализа

SWOT (акроним енглеских речи: *Strengths* – снага, *Weaknesses* – слабости, *Opportunities* – шансе, *Threats* – претње) анализа туристичке дестинације користи се за идентификацију снага, слабости, шанси и претњи туристичке дестинација. Овом анализом се идентификују унутрашњи (снаге и слабости) и екстерни (шансе и опасности) фактори који утичу на успех туристичке дестинације (Namugenyi *et al.*, 2019). *SWOT* анализа може бити основа за дефинисање стратешких приоритета и усмерења, активности, задатака у циљу унапређења туризма Врњачке Бање (Мимовић и сар. 2012). Фактори *SWOT* анализе туризма Врњачке Бање формулисани су на бази анализе појединих претходних истраживања (Милићевић, 2008; Стратегија одрживог развоја општине Врњачка Бања 2013-2023), као и претходно описане анализе Врњачке Бање као туристичке дестинације (Табела 19).

Табела 19. SWOT анализа туризма Врњачке Бање

Снаге	Слабости
<ul style="list-style-type: none"> – Повољан географски положај; – Одлике рељефа; – Повољна клима; – Извори термоминералних вода; – Парк шума; – Централни бањски парк; – Богатство флоре и фауне; – Дуга традиција туризма (најдужа традиција бањског туризма у Србији); – Културно-историјске вредности Бање и њене околине; – Велики број смештајних капацитета и њихова разноврсност (хотели, виле, приватни смештај, итд.); – Бројни туристички садржаји: <i>wellness</i>, базени, <i>Aqua park Raj</i>, <i>fitness</i> центри и друго; – Медицински третмани, стручно особље и капацитети који обезбеђују медицинске услуге; – Образовне установе у области туризма (угоститељско-туристичка школа и факултет); – Водећа позиција на туристичком тржишту бањског туризма у Србији; – Здравствени и конгресни туризам. 	<ul style="list-style-type: none"> – Непланска, превелика и убрзана градња; – Комунални инфраструктурни проблеми (водоснабдевања, канализације, отпадних вода, неадекватно одлагање отпада); – Проблеми саобраћајне инфраструктуре (недовољно паркинг места, недостатак тротоара, пешачких и бициклистичких стаза); – Превелики број туриста у сезони, који доводи до саобраћајних гужви и загушења, буке и друго; – Оштећење амбијенталних целина услед превелике и непланске изградње; – Неадекватна локација туристичких активности, манифестација и атракција; – Неусклађеност туристичке понуде; – Туристи који бораве у приватном смештају се често не пријављују, што угрожава сагледавање реалне слике туристичког промета; – Недовољна промоција на међународном тржишту; – Кратко задржавање туриста; – Недовољно атрактивних садржаја који би продужили боравак туриста; – Пропадање старих објеката, нарочито старих вила; – Недовољно изграђен имиџ туристичке дестинације; – Нарушавање животне средине.

Табела 19. Наставак

Шансе	Претње
<ul style="list-style-type: none"> – Изградња нових саобраћајница (аутопут 5 - <i>Моравски коридор</i>) и близина аеродрома Морава; – Коришћење потенцијала села на територији општине, ради развоја руралног туризма, етно туризма; – Коришћење богате историје за развој историјског туризма; – Развој нових и унапређење постојећих садржаја понуде културног туризма; – Развој екотуризма у подручјима који имају очувану средину; – Искоришћење потенцијала Западне Мораве и <i>Подунавачких бара</i>; – Развој ловног и риболовног туризма; – Брендирање туристичке понуде, нарочито понуде здравственог туризма у виду увођења нових здравствених услуга; – Усавршавање кадрова (медицинских, угоститељско-туристичких и других); – Повезивање туристичке понуде са атрактивним елементима из окружења, посебно планине Гоч; – Сарадња са међународним туроператорима; – Примена савремених технологија; – Примена принципа одрживог развоја; – Усаглашавање развоја туризма са глобалним циљевима одрживог развоја, као и са осталим стратешким документима одрживог развоја на различитим нивоима. 	<ul style="list-style-type: none"> – Неповољна политичка ситуација у свету (рат у Украјини); – Криза изазвана пандемијом <i>COVID-19</i>; – Економска нестабилност изазвана ратом у Украјини и пандемијом; – Миграције становништва, нарочито у руралним деловима општине; – Недостатак јасно дефинисаних стандарда у погледу квалитета услуга у туризму; – Прилив инвестиција кроз неконтролисану изградњу објеката; – Развој туризма у конкурентним бањама у Србији; – Убрзане промене на страни тражње; – Недовољна укљученост становништва Србије у процес креирања стратегија, планирања, имплементације циљева развоја туризма на различитим нивоима; – Утицај политичких интереса; – Прекомерна експлоатација ресурса; – Одсуство или неадекватна примена принципа одрживог развоја у Србији; – Ниска еколошка свест туриста; – Ширење последица загађења животне средине; – Климатске промене; – Лоша координација и сарадња између институција и организација; – Неодговорно спровођење планова и законских правила и прописа.

Извор: Аутор

Кључне снаге Врњачке Бање као туристичке дестинације јесу њен повољан географски положај, одлике рељефа, климе, њене термоминералне воде, паркови и остали природни елементи. Поред тога, њене културно-историјске вредности и њене околине, бројна понуда смештајних капацитета, разноврсни туристички садржаји (*wellness* садржаји, базени, *Аква парк Paj, fitness* центри и друго), понуда здравственог и

конгресног туризма доприноси њеној конкурентности на туристичком тржишту и лидерској позицији у бањском туризму Србије. Значајно за развој туризма је и постојање средње Угоститељско-туристичке школе са домом ученика и Факултета за хотелијерство и туризам, који омогућавају образовање кадрова у овој области.

Као слабости издвајају се проблеми убрзане и превелике градње (нарочито зграда) која не делује плански, као и градња у близини извора минералних вода. Непланска изградња доводи до губљења амбијенталних целина, нарушавање простора и не изгледа компатибилно са постојећом инфраструктуром, што ствара бројне друге последице. Поред тога постоје бројни комунални инфраструктурни проблеми (канализација, водоснабдевање, неадекватно одлагање отпада и друго) нарочито у периоду сезоне, када се дешава да нема воде у појединим насељима. Слабост саобраћајне инфраструктуре се огледа у недовољном броју паркинг места. Овај проблем се временом наглашава услед пораста броја туриста и посетилаца који долазе аутомобилом, али и услед пораста броја аутомобила које поседује локално становништво. Као што је већ поменуто, слабости саобраћајне инфраструктуре се огледају у томе што недостају тротоари на великом броју саобраћајница, као и пешачке и бициклистичке стазе. Локација атракција, туристичких активности и манифестација је исувише фокусирана на централну зону Врњачке Бање, што доводи до гужви у том делу дестинације и већег притиска на природне ресурсе које се ту налазе (на пример: минералне воде). Такође, у периоду сезоне број туриста се повећава, али и број једнодневних посетилаца, што доводи до гужви у дестинацији (у саобраћају, у продавницама, угоститељским објектима, као и на променади), али и до повећане буке нарочито током периода одржавања манифестација „Међународни Врњачки Карневал” и „Lovefest”. Ове манифестације привлаче велики број посетилаца, који имају другачије активности током боравка у дестинацији, за разлику од туриста који долазе у Бању због понуде здравственог туризма. Гужва и бука могу угрозити туристички доживљај не само туриста здравственог туризма, већ и осталих туриста чији мотив посете нису манифестације, али који бораве у Бањи у периоду одржавања манифестација. Реална слика броја туриста у Врњачкој Бањи угрожена је због чињенице да туристи могу боравити у приватном смештају који не пријављује њихов боравак. То значи да број туриста може бити само већи од оног који званична статистика бележи. У претходно анализираном туристичком промету примећује се да је број страних туриста знатно мањи од броја домаћих туриста, због чега се може закључити да је слабост недовољна промоција на међународном тржишту. Такође, примећује се да туристи кратко бораве у Врњачкој Бањи, што може бити последица недостатка туристичких атрактивности и активности због којих би туристи дуже остали. Просечан број ноћења показује и да Бања поприма карактер урбане, односно градске дестинације. Поједини стари објекти, који имају своју културно-историјску вредност, попут старих вила налазе се у лошем стању (на пример: вила *Мон Репо*, вила *Горица* и друге). Напуштање и пропадање ових објеката за последицу има губитак културног-историјског наслеђа и идентитета. Идентитет који се креира на основу јединствене архитектуре је значајан за туристичку дестинацију, јер се може искористити у циљу развоја јединствене туристичке понуде и имица. Непажња према животној средини се огледа у постојању и нерешавању

претходно поменутих проблема. Непланска градња, велики број туриста, гужве у саобраћају, бука, проблеми комуналне инфраструктуре јесу озбиљна претња по природне и друштвене вредности животне средине Врњачке Бање.

Шансе за унапређење туризма Врњачке Бање су бројне, почевши од чињенице да се гради аутопут *Моравски коридор*, али и могућности да се искористи аеродром *Морава* код Краљева за боље повезивање са емитивним дестинацијама у иностранству. Села која се налазе на територији општине Врњачка Бања могу се валоризовати за развој руралног туризма и етно туризма. Имајући у виду богату историју (налазишта из различитих историјских епоха) могуће је развити и историјски туризам, као и развој нових (на пример: културних манифестација) и унапређење постојећих садржаја (на пример: реновирање и укључивање старих вила у туристичку понуду). На територији општине Врњачка Бања постоје подручја где су очувана природна богатства, што представља један од предуслова за развој екотуризма, с тим што треба водити рачуна да екотуризам не постане само тренд, већ да се искључиво базира на принципима одрживог развоја, нарочито на поштовању носећег капацитета. Могућност за проширење туристичке понуде огледа се у томе што се Западна Морава и *Подунавачке баре* могу искористити у сврху развоја риболовног туризма. Заједно са овом врстом туризма, може се искористити потенцијал за ловни туризам, имајући у виду да већ постоје регистрована ловишта на територији општине. Такође, поред традиционалног бањског и *wellness* туризма, Врњачка Бања може допунити понуду медицинског туризма, нарочито промовисати денталне услуге, јер има приватне стоматолошке ординације које своје услуге нуде по знатно нижим ценама него у неким државама. Поред тога, постоји шанса у унапређењу понуде здравственог туризма у виду увођења неких, нових услуга. С обзиром на то да иновације захтевају и адекватну примену, потребно је континуирано радити на менаџменту људских ресурса и унапређењу кадрова. Атрактивности из окружења (бројни манастири, средњовековне тврђаве, планине, реке и друго), дају шансу за повезивање туристичке понуде у виду туристичких рута, што може довести до прилива туриста у периоду ван сезоне. Сарадња са одређеним посредницима може донети бољи продор на одређена инострана тржишта. Савремена технологија данас напредује и може се искористити на разне начине у корист боље позиционираниости на тржишту, побољшања начина и услова пословања и примена принципа одрживог развоја. Треба напоменути да се примена принципа одрживог развоја издваја као шанса, јер се тиме чува окружење и обезбеђује дугорочна конкурентност, али и као обавеза, јер се једино тако може да утицати на чување ресурса за будуће генерације.

Неповољна политичка ситуација у свету (рат у Украјини), криза изазвана пандемијом *COVID-19*, економска нестабилност, угрожавају бројне привредне делатности и свакодневницу, тако да и туризам не може избећи њихове последице. Смањује се број становника што оставља мање могућности за развој различитих делатности од које туризам зависи (на пример: пољопривреда). Недостају стандарди у погледу квалитета услуга у туризму, нарочито када се говори о смештајним капацитетима у приватном власништву. Приметан је прилив инвестиција у изградњу објеката, што може с једне

стране бити погодно за развој туризма (већи број смештајних капацитета), али ипак негативне последице могу бити веће од користи (нарушавање амбијенталне целине и природних и друштвених вредности животне средине, неусклађеност инфраструктурних капацитета и слично). Треба имати у виду да се тржиште константно мења и да се развијају друге конкурентне бањске дестинације у Србији, због чега тражња може променити своје потребе и жеље. Промене на страни тражње треба пратити, као и промене које се јављају код осталих стејкхолдера. Посматрано не само на локалном, већ и на националном и регионалном нивоу, становништво би требало да буде укључено у процес креирања стратегија, планирања, имплементације циљева развоја туризма и друго. Утицај различитих политичких интереса, могу бити разлог неких нежељених ефеката који могу угрозити развој туризма и интересе других стејкхолдера у туризму. Велику претњу може представљати прекомерна експлоатација ресурса, ниска еколошка свест туриста и угрожавање животне средине услед непридржавања принципа одрживог развоја туризма. У Републици Србији одрживи развој се још увек не примењује у довољној мери. Такође, и када постоје напори да се примене принципи одрживог развоја, у пракси се јављају бројни проблеми (на пример: недостатак технологије, контроле, континуитета у поштовању принципа одрживог развоја и друго). С једне стране, неодрживи развој може угрозити животну средину и утицати на климатске промене. С друге стране и климатске промене могу негативно да утичу на развој туризма. Туризам не сме бити неконтролисана активност или резултат лоше координације и сарадње између различитих институција и организација. Неодговорно спровођење планова и законских правила и прописа, такође може бити озбиљна претња за дугорочну конкурентност Врњачке Бање и довести до негативних ефеката развоја туризма.

3.3. Анализа туризма Врњачке Бање у контексту прекомерног туризма

Један од првих индикатора *прекомерног туризма* је велики број туриста у односу на број локалног становништва. У последњих десет година број туриста био је већи од броја становника од 5,2 до 10,9 пута (у просеку за 7,8 пута) (Табела 20). Треба имати у виду да се број локалног становништва односи на територију општине Врњачка Бања, док је концентрација туриста највећа у насељу Врњачка Бања (10.065 становника), што значи да уколико се посматра само ово насеље знатно је већи број туриста у односу на број локалног становништва (1:26,6 у 2021. години; 1:6,4 у августу 2021. године). Оно што такође забрињава је да број локалног становништва из године у годину опада, док број туриста расте.

Табела 20. Однос броја локалног становништва и туриста у Врњачкој Бањи на годишњем нивоу у периоду 2012- 2021. године

Година	Број туриста	Број локалног становништва	Однос локалног становништва и туриста
2012.	142.232	27.329	1:5,2
2013.	158.900	27.141	1:5,9

Табела 20. Наставак

Година	Број туриста	Број локалног становништва	Однос локалног становништва и туриста
2014.	148.743	26.948	1:5,5
2015.	175.153	26.751	1:6,5
2016.	202.820	26.544	1:7,6
2017.	213.194	26.322	1:8,1
2018.	247.709	26.141	1:9,5
2019.	283.491	25.964	1:10,9
2020.	211.496	25.722	1:8,2
2021.	267.672	25.468	1:10,5

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2013, 2014б, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2022б)

Уколико се посматра на месечном нивоу однос броја туриста и локалног становништва у Врњачкој Бањи, јасно се уочава да је број туриста већи од 1,4 до 1,7 пута током јула и чак од 2,3 до 2,6 пута већи током августа месеца (Табела 21).

Табела 21. Однос броја локалног становништва и туриста у Врњачкој Бањи по месецима за период 2019 – 2021. године

Мес.*	Укупан број туриста 2019.	Однос локалног становништва и туриста 2019.	Укупан број туриста 2020.	Однос локалног становништва и туриста 2020.	Укупан број туриста 2021.	Однос локалног становништва и туриста 2021.
1.	8.577	1:0,3	11.652	1:0,5	8.263	1:0,3
2.	6.766	1:0,3	11.403	1:0,4	9.316	1:0,4
3.	14.004	1:0,5	7.450	1:0,3	8.792	1:0,3
4.	16.365	1:0,6	3	1:0,0	13.049	1:0,5
5.	26.472	1:1,0	10.146	1:0,4	22.148	1:0,9
6.	29.611	1:1,1	23.583	1:0,9	31.167	1:1,2
7.	43.976	1:1,7	38.649	1:1,5	36.457	1:1,4
8.	61.504	1:2,4	58.229	1:2,3	64.970	1:2,6
9.	22.549	1:0,9	22.507	1:0,9	24.523	1:1,0
10.	20.007	1:0,8	14.202	1:0,6	17.768	1:0,7
11.	13.191	1:0,5	6.578	1:0,3	13.663	1:0,5
12.	20.469	1:0,8	7.094	1:0,3	17.556	1:0,7

*месеци су нумерисани редним бројевима (од 1 – Јануар до 12 – Децембар)

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије (2019а-2019к, 2020а-2020к, 2021а-2021ј)

Развој туризма доводи до убрзане урбанизације, што генерално може бити позитиван фактор развоја општине. Ипак ово доводи до проблема, пре свега у водоснабдевању и

постојећој канализационој мрежи. Поред тога градња објеката у туризму може бити претња за природне ресурсе, и то оне од круцијалног значаја – термоминералне изворе. Издашност термоминералних вода Врњачке Бање је око 5 l/s, што је међу најмањима у поређењу са изворима других бања у Србији (на пример: издашност термоминералних вода Бање Ковиљаче је око 130 l/s, Врањске Бање – 77 l/s, Нишка Бања – 60 l/s) (Ненковић и Пуцар, 2019). Према „Правилнику о начину одређивања и одржавања зона санитарне заштите изворишта водоснабдевања” (2008, стр. 7-10) предвиђени су начини одржавања зона заштита изворишта, а неки од њих су:

- у првој зони заштите забрањено је: „постављање уређаја и опреме који нису у складу са водоснабдевањем, ако то угрожава здравствену исправност воде“ и друго;
- у другој зони заштите забрањена је: „изградња или употреба објеката и постројења; стамбена изградња; изградња и коришћење угоститељских и других објеката за смештај гостију; употреба хемијског и стајског ђубрива; такође, забрањена су камповања и окупљања људи” и друго;
- трећа зона заштите забрањено је: „испуштање отпадних вода, крчење шума, неконтролисано депоновање комуналног отпада, складиштење опасних материја, нафте” и друго.

Планом генералне регулације Врњачке Бање није дозвољено градити објекте у близини термоминералних извора који би могли бити сметња њиховој експлоатацији (Општинска стамбена агенција Врњачка Бања, 2017).

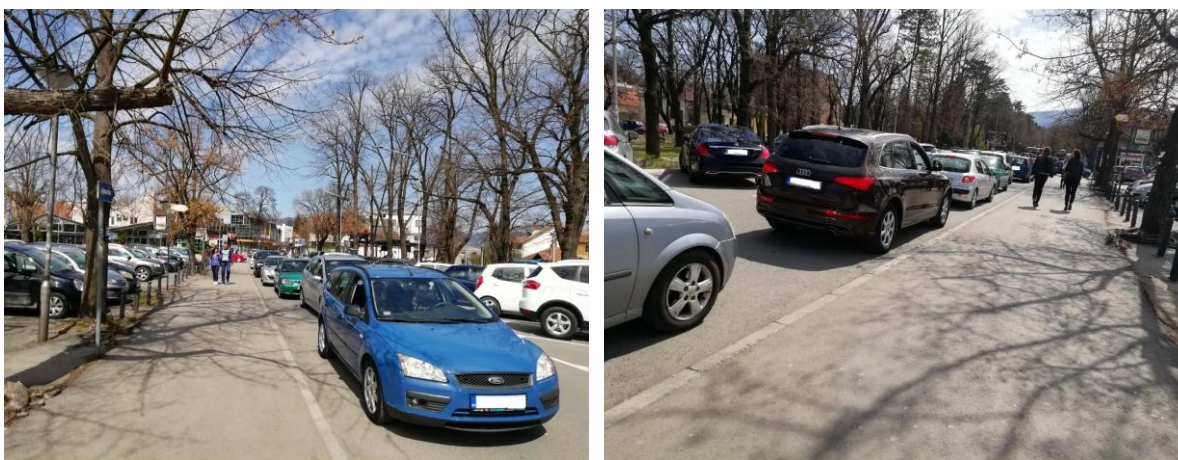
Примећен је проблем грађења у заштићеној зони у близини извора и то туристичке атракције *Панорамски точак* (Регулаторни институт за обновљиву енергију и животну средину, 2022). Према речима локалног становништва правила заштите извора се не поштују, због чега је дошло до загађивања и пресушивања извора, међу којима су нарочито угрожени извори *Снежник*, *Језеро* и *Слатина* (Nova.rs, 2021). Због овакве ситуације и лошег водоснабдевања у Врњачкој Бањи одржани су и протести грађана 2021. године, у којима се наглашавало да је до пресушивања извора *Језеро* и *Слатина* дошло због тога што су то извори слабе издашности и да је разлог њиховог тадашњег затварања била градња хотела у њиховој близини (Ozonpress, 2021). У последње време су актуелне иницијативе грађана, са циљем да се заштите минерални извори Врњачке Бање (на пример: основана је Фејсбук страна под називом „Одбранимо воде Врњачке Бање” која има преко 2.000 чланова) (Facebook, 2022).

Због недостатка воде, долази до прекида у водоснабдевању домаћинстава, али и других објеката Врњачке Бање и то је нарочито приметно у периоду сезоне, што свакако доводи до негативних реакција локалног становништва. С друге стране, такав проблем може довести и до незадовољства туриста, па се тако на сајту *Booking.com* могу приметити коментари да није било воде у периоду боравка у Врњачкој Бањи и да је притисак воде био незадовољавајући (Booking.com, 2022).

Такође, на сајту *Booking.com*, међу рецензијама смештаја у Врњачкој Бањи, могу се пронаћи коментари туриста који се односе на незадовољство недовољним бројем паркинг места, као и гужвом у хотелима. Имајући у виду велику посећеност манифестација „Lovefest” и „Међународни Врњачки карневал”, урађена су истраживања о ставовима локалног становништва Врњачке Бање о овим догађајима и њиховим позитивним и негативним утицајима. Према истраживању Ђорђевић *et al.* (2021a), које је укључило испитивање ставова локалног становништва (узорак 272 испитаника) о манифестацији „Lovefest”, као најнегативнији утицаји оцењене су гужве у дестинацији (у ресторанима, кафићима, продавницама и друго), гужве у саобраћају (Слика 13), недовољно паркинг места, и повећање нивоа буке. Такође, ово истраживање је показало да локално становништво већом просечном оценом оцењују негативне утицаје ове манифестације, него њене позитивне утицаје.

Исто тако, када су у питању ставови локалног становништва Врњачке Бање о утицајима манифестације „Међународни Врњачки карневал” као најнегативнији утицаји се издвајају гужве у саобраћају и недостатак паркинг места (истраживање је обухватило 300 испитаника) (Milićević *et al.*, 2020). У истраживању спроведеном на 120 испитаника, такође становника Врњачке Бање, закључено је да туризам има више негативне еколошке утицаје, где је посебно истакнут утицај туризма на стварање гужви (Ђорђевић & Milićević, 2020). Да се овај утицај туризма посебно истиче закључено је и у истраживању о ставовима локалног становништва о социо-културним утицајима туризма Врњачке Бање (Ђорђевић & Milićević, 2020a). До незадовољства локалног становништва може довести и чињеница да трошкови живота, нарочито некретнина расту услед развоја туризма. Истраживање о ставовима локалног становништва Врњачке Бање о економским утицајима туризма (истраживање је обухватило 140 испитаника) показало је да повећање цена некретнина, добара и услуга јесте најнегативнији економски утицај туризма (Ђорђевић & Milićević, 2021).

Слика 13. Саобраћајне гужве у улици која води ка центру Врњачке Бање



Извор: Аутор

3.4. Могућности за примену принципа одрживог развој туризма

У Републици Србији се заостаје са применом принципа одрживог развоја туризма, јер постоје проблеми у управљању заштитом животне средине у функцији туризма, инфраструктури која је потребна, недостатку адекватног решења отпадних вода и отпада, недовољној еколошкој свести локалног становништва, али и туриста. Одрживи развој бањског туризма директно зависи од државе, односно њених закона, циљева развоја, економске и политичке ситуације (Pavlović *et al.*, 2009). Од значаја за Републику Србију и њено напредовање у примени одрживог развоја јесу стратешки документи из ове области, попут *Стратегије одрживог урбаног развоја Републике Србије до 2030. године* и *Националне стратегије одрживог развоја (57/2008-6)*. За развој одрживог развоја туризма у бањама Србије од значаја је то што је *Стратегијом одрживог урбаног развоја Републике Србије до 2030. године* одређено доношење закона о бањама у складу са циљевима ове Стратегије. Одрживи развој туризма у бањама зависи од сарадње свих стејкхолдера, а нарочито је важна сарадња између јавног и приватног сектора. Да би обављале своју функцију на туристичком тржишту бање би требало да заштите и унапреде бањски амбијент, заштите и рационално користе термоминералне изворе и да изграде имиџ уз препознатљив просторни идентитет бање, тиме што ће планирањем постићи равнотежу између природе и грађевинско-архитектонских структура (Petrović & Đoković, 2017).

Почетни корак у развоју одрживог развоја туризма у Врњачкој Бањи формиран је *Стратегијом одрживог развоја општине Врњачка Бања 2013-2023*, у оквиру које је дефинисано шест стратешких приоритета:

1. унапређени услови за развој привреде (унапређење запослености, повећање просечне зараде, унапређење услова за развој туризма, и друго);
2. развој инфраструктуре (развијена инфраструктура која доприноси социоекономском развоју, израда планске документације, унапређење саобраћајне инфраструктуре, социјална стамбена градња и друго);
3. развијени и очувани људски ресурси (брига о породици, деци и младима, заштита људских и мањинских права, унапређење здравства и друго);
4. образовање, култура и спорт (унапређење свих нивоа образовања, услова за спорт, подизање културног и образовног нивоа локалног становништва);
5. унапређење рада локалних институција (унапређење људских ресурса, простора, организационе структуре и друго);
6. заштита животне средине (унапређење квалитета животне средине, смањење отпада и загађености водотокова, повећање еколошке свести локалног становништва, подстицај *зелене економије*, заштита биодиверзитета, вода, стварање услова за рационално коришћење обновљивих извора енергија).

Како Храбовски Томић и Милићевић (2012, стр. 767-769) наводе у циљу успостављања одрживог развоја туризма неопходно је најпре усмерити се на:

- Заштиту вода и извора – лековите термоминералне воде створиле су основу за развој туризма и јединствену вредност коју Врњачка Бања мора чувати, јер такав

- результат је основни индикатор одрживог развоја овог места. Поред тога мора се решити питање водоснабдевања, канализације, отпадних вода, депонија и друго.
- Очување квалитета ваздуха – смањити емисију штетних гасова, тако што ће се успоставити мерење и контрола, али и мере забране у циљу очувања квалитета ваздуха. Потребно је мерити и ниво буке, и у том смислу ограничити прекорачења која штете животној средини.
 - Заштита земљишта – потребно је регулисати комуналне проблеме и проблеме градње који доводе до деградације земљишта. Треба посебну пажњу обратити на отпад и његово разврставање и одлагање, употребу хемијских средстава у пољопривреди и друго.
 - Заштиту природних вредности – забранити деградацију зелених површина, чување аутохтоне вегетације и целокупног биодиверзитета.
 - Заштиту културног и градитељског наслеђа – културне вредности и градитељско наслеђе Врњачке Бање треба сачувати од пропадања и заборављања, јер је то јединственост која уз термоминералне воде и природне вредности доноси аутентичном идентитету овог места. Одрживи развој туризма је у супротности са дивљом и непланском градњом. Нови објекти би требало да буду изграђени у складу са наслеђеним грађевинским и архитектонским вредностима.

Поред тога, треба додати да важну улогу у успостављању одрживог развоја туризма у Врњачкој Бањи има њено локално становништво, које треба укључити у процес планирања туризма (Ђорђевић *et al.*, 2021a). Туристичка привреда поштовањем принципа одрживог развоја може унапредити свој имиџ и уштедети рационалнијим коришћењем ресурса (коришћење соларне енергије, уштеда воде, рециклажа и друго). Инвестирање у различита технолошка решења за постизање одрживости у развоју туризма, захтева велики капитал, али доноси и велику предност како у погледу очувања животне средине, тако и у погледу смањења трошкова и дугорочне конкурентске предности. Одрживи развој туризма захтева промене на свакодневном нивоу, које су незамисливе без адекватног нивоа еколошке свести, због чега треба радити и на едукацији и промовисању принципа оваквог развоја.

V ДЕО: МЕТОДОЛОГИЈА И РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

1. Методологија истраживања

1.1. Предмет и циљ истраживања

Након појаве масовног туризма, одрживи развој се на савременом туристичком тржишту се појавио као могуће решење за убрзани и стихијски развој туризма. У складу са принципима одрживог развоја, туристичке дестинације треба да теже балансирању економских, социо-културних и еколошких утицаја развоја туризма, као и усклађивању интереса свих стејкхолдера дестинације. Локално становништво је један од кључних актера у одрживом развоју туристичке дестинације. Њихови ставови о развоју туризма могу да утичу на њихову подршку за развој туризма, због чега је важно да менаџмент туристичке дестинације анализира исте приликом планирања развоја туризма. Како локално становништво не представља хомогену целину, тако им се и ставови по питању развоја туризма разликују, због чега је важно испитати и факторе који утичу на њихове ставове.

Предмет докторске дисертације је анализа ставова локалног становништва о туризму у Врњачкој Бањи. У фокусу истраживања су ставови локалног становништва Врњачке Бање о:

- подршци за развој одређене врсте туризма у Врњачкој Бањи;
- свеукупним утицајима туризма у Врњачкој Бањи;
- квалитету њиховог живота проузрокованом развојем туризма;
- подршци за будући развој туризма у Врњачкој Бањи.

Циљ истраживања је испитати ставове локалног становништва о свеукупним утицајима туризма, као и ниво подршке за будући развој туризма у Врњачкој Бањи. Ставови локалног становништва се посматрају са аспекта врсте туризма у Врњачкој Бањи коју подржавају и квалитета њиховог живота који је проузрокован развојем туризма, због чега су дефинисани следећи специфични циљеви:

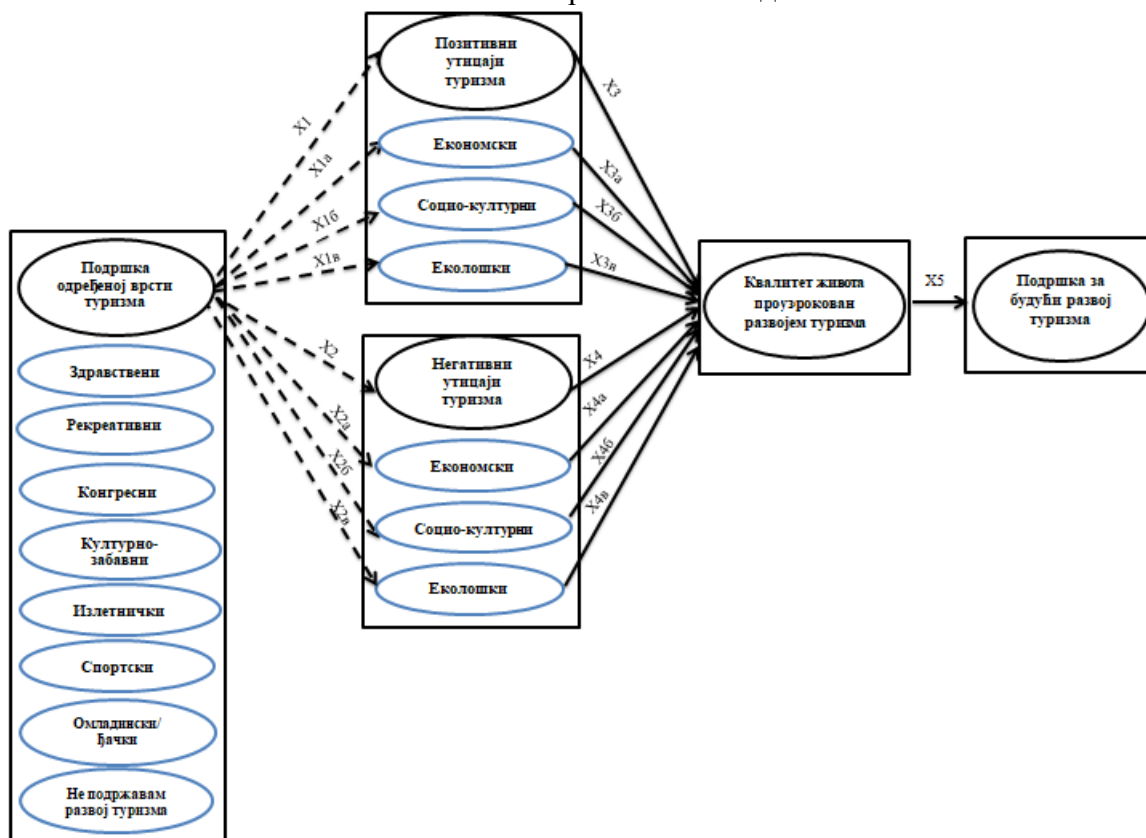
- утврдити да ли постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним утицајима туризма у зависности од тога коју врсту туризма подржавају у Врњачкој Бањи;
- утврдити да ли ставови локалног становништва о свеукупним утицајима туризма у Врњачкој Бањи позитивно или негативно утичу на квалитет њиховог живота који је проузрокован развојем туризма;
- утврдити да ли постоји веза између квалитета живота локалног становништва који је проузрокован развојем туризма и њихове подршке за будући развој туризма у Врњачкој Бањи.

1.2. Дефинисање истраживачких хипотеза и модела истраживања

На основу досадашњих истраживања о ставовима локалног становништва о туризму у дестинацији, као и на основу анализе тренутног стања развоја туризма Врњачке Бање конципиран је истраживачки модел докторске дисертације, који је приказан на слици

број 14. Како је мали број радова који се фокусирају на одређене врсте туризма и/или анализирању подршке локалног становништва за развој одређене врсте туризма (Del Chiappa & Melis, 2015; Del Chiappa & Abbate, 2016), идеја концептуалног модела докторске дисертације је емпиријски проверити да ли се ставови локалног становништва о утицајима туризма разликују у зависности од тога коју врсту туризма подржавају у Врњачкој Бањи. Полазећи од *теорије социјалне размене*, утицаји туризма се посматрају као свеукупни позитивни и негативни економски, социо-културни и еколошки утицаји туризма као привредне делатности. Како Uysal *et al.* (2016) истичу дугорочни успех, одрживост и конкурентност туристичке дестинације зависи од тога колико туризам доприноси квалитету живота свих стејкхолдера и посебно треба узети у обзир квалитет живота локалног становништва приликом планирања и развоја туризма једне дестинације. С обзиром на претходно наведено, модел укључује испитивање релација између ставова локалног становништва о утицајима туризма, квалитета њиховог живота који је проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи, и подршке за будући развој туризма.

Слика 14. Истраживачки модел



Извор: Аутор

Истраживачке варијабле приказаног модела су:

- Подршка локалног становништва за развој одређене врсте туризма у Врњачкој Бањи,
- Позитивни утицаји туризма у Врњачкој Бањи (економски, социо-културни и еколошки утицаји),

- Негативни утицаји туризма у Врњачкој Бањи (економски, социо-културни и еколошки утицаји),
- Квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи,
- Подршка локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи.

Подршка за развој одређене врсте туризма је контролна варијабла у оквиру које ће испитаници (локално становништво Врњачке Бање) моћи да изаберу једну од понуђених врста туризма развијених у Врњачкој Бањи и где је остављена могућност да се испитаници одреде за одговор да уопште не подржавају развој туризма у Врњачкој Бањи. Врсте туризма дефинисане су на основу актуелне *Стратегије одрживог развоја Врњачке Бање 2013-2023*. У *Стратегији* се поред наведених врста туризма (Табела 22) говори и о ловном и риболовном туризму, али као о потенцијалној врсти туризма у Врњачкој Бањи. Овај вид туризма има велике шансе за развој, пре свега захваљујући постојању два уређена ловишта на планини Гоч, као и близини реке Западна Морава (Стратегије одрживог развоја Врњачке Бање 2013-2023). Како ова врста туризма још увек није развијена, већ само постоји потенцијал да се развије, не може се њој говорити као о врсти туризма коју локално становништво у дестинацији препознаје и која остварује позитивне и негативне утицаје туризма, због чега је ова врста изостављена из истраживања.

Табела 22. Подршка локалног становништва за развој одређене врсте туризма у Врњачкој Бањи

Развој које врсте туризма у Врњачкој Бањи подржавате?
Здравствени туризам
Рекреативни туризам
Конгресни туризам
Културно-забавни туризам
Излетнички туризам
Спортски туризам
Омладински, ђачки туризам
Не подржавам развој туризма у Врњачкој Бањи

Извор: Аутор

Позитивни утицаји туризма у Врњачкој Бањи посматрају се као економски, социо-културни и еколошки свеукупни утицаји туризма. За сваку од ових врста позитивних утицаја туризма дефинисано је по 5 тврдњи. Укупно 15 тврдњи које описују позитивне утицаје туризма у Врњачкој Бањи дефинисане су на основу следећих претходних истраживања: Aref *et al.*, 2009; Akova & Atsiz, 2019; Deery *et al.*, 2012; Zhuang & Li 2019; Katsoni & Segarra-Oña, 2019; Kiper, 2013; Milićević *et al.*, 2020; Sharma & Rao, 2018; Tichaawa & Moyo, 2019; Han *et al.*, 2017; Hall & Boyd, 2005; Yoon *et al.*, 2001; Yu *et al.*, 2011. и прилагођене постојећем стању развоја туризма у Врњачкој Бањи (Табела 23). Ставовe о позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи испитаници су

изразили уз помоћ петостепене Ликертове скале (од 1 – у потпуности се не слажем, до 5 – у потпуности се слажем).

Табела 23. Позитивни утицаји туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња
Економски	Туризам доприноси повећању личних прихода локалном становништву
	Туризам ствара нова радна места за локално становништво дестинације
	Туризам ствара могућности за већа инвестициона улагања и развој предузетништва у дестинацији
	Туризам доприноси развоју локалне инфраструктуре
	Туризам увећава новчана средства намењена за развој дестинације
Социо-културни	Туризам утиче на заштиту и очување културно-историјског наслеђа дестинације
	Туризам доприноси очувању културног идентитета локалног становништва
	Туризам побољшава квалитет образовних, рекреативних, социјалних и здравствених услуга и садржаја за локално становништво
	Туризам ствара више могућности за забаву и разоноду локалном становништву
	Туризам утиче на стварање позитивног имиџа локалне становништва
Еколошки	Туризам утиче на заштиту природно-лековитих фактора дестинације
	Туризам утиче на озелењавање простора дестинације
	Туризам утиче на повећање парковских површина дестинације
	Туризам промовише заштиту и унапређење флоре и фауне дестинације
	Туризам утиче на повећање еколошке свести локалног становништва

Извор: Аутор

Исто као и за позитивне утицаје туризма, дефинисано је 15 тврдњи за свеукупне негативне утицаје туризма у Врњачкој Бањи (по 5 тврдњи за економске, социо-културне и еколошке утицаје). Тврдње су дефинисане на основу следећих претходних истраживања: Bello *et al.*, 2017; Kim, 2002; Martín *et al.*, 2020; Mendes *et al.*, 2017; Milićević *et al.*, 2020; Nematpour & Faraji, 2019; Ratz, 2000; Sirakaya *et al.*, 2002; Chauhan, 2013; Yun & Zhang, 2017; Woosnam & Aleshinloye, 2018. и прилагођене постојећем стању развоја туризма у Врњачкој Бањи (Табела 24). Такође, ставове о негативним утицајима туризма у Врњачкој Бањи испитаници су изразили уз помоћ петостепене Ликертове скале (од 1 – у потпуности се не слажем, до 5 – у потпуности се слажем).

Табела 24. Негативни утицаји туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња
Економски	Туризам утиче на повећање цена у дестинацији (робе широке потрошње, земљишта, некретнина, пореза, итд.)
	Туризам утиче на сезонски карактер запошљавања локалног становништва
	Туризам ствара слабо плаћена радна места за локално становништво
	Економску корист од туризма има мали број локалног становништва
	Туризам ствара економску неједнакост међу локалним становништвом
Социо-културни	Туризам утиче на комерцијализацију локалне културе, што доводи до губитка социо-културног идентитета локалне заједнице
	Туризам утиче на промену понашања локалног становништва (угледајући се на туристе, локално становништво мења свој кодекс понашања, стил облачења, исхрану, итд.)
	Туризам утиче на повећање неморалног понашања у дестинацији
	Туризам утиче на повећање криминала у дестинацији
	Туризам утиче да локално становништво има ограничен приступ одређеним производима, услугама и јавним местима у сезони (рестрикције услуга водоснабдевања, несташица одређених производа, недовољно места у ресторанима, и слично)
Еколошки	Туризам утиче на стварање гужви у дестинацији (саобраћајне гужве, недостатак паркинг места, гужве на улицама, и друго)
	Туризам утиче на повећање буке у дестинацији током главне сезоне
	Угоститељска предузећа и туристи стварају огромне количине смећа у дестинацији
	Туризам утиче негативно на вегетацију и губитак зелених површина у дестинацији
	Туризам утиче на загађење ваздуха и воде (термоминералних вода, река и слично) у дестинацији

Извор: Аутор

Квалитет живота локалног становништва мери се са аспекта развоја туризма у Врњачкој Бањи, односно као став који локално становништво има о квалитету живота који је проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи. Дефинисано је 4 тврдњи на основу следећих претходних истраживања: Andereck & Vogt, 2000; Cornell *et al.*, 2019; Woo *et al.*, 2015; (Табела 25). Испитаници су се о понуђеним тврдњама изјашњавали помоћу петостепене Ликертове скале (од 1 – у потпуности се не слажем, до 5 – у потпуности се слажем).

Табела 25. Квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи

Тврдње
Туризам унапређује квалитет живота локалног становништва Врњачке Бање
Туризам унапређује квалитет провођења слободног времена локалног становништва Врњачке Бање
Туризам унапређује услове живота локалног становништва Врњачке Бање
Туризам унапређује квалитет јавних услуга у Врњачкој Бањи.

Мерење подршке локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи вршило се испитивањем степена слагања испитаника са тврдњама дефинисаним на основу следећих истраживања: Gannon *et al.*, 2021; Olya & Gavilyan, 2017; Soldić Frleta & Smolčić, 2020; и Stylidis, 2020. (Табела 26). Степен слагања са понуђеним тврдњама испитаници су изразили такође уз помоћ петостепене Ликертове скале (од 1 – у потпуности се не слажем, до 5 – у потпуности се слажем).

Табела 26. Подршка локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи

Тврдње
Подржавам будући развој туризма у Врњачкој Бањи
Подржавам повећање броја туриста у Врњачкој Бањи
Подржавам веће финансирање промоције туризма у Врњачкој Бањи
Подржавам развој додатних туристичких садржаја у Врњачкој Бањи (нових смештајних објеката, ресторана, забавних и спортских објеката, туристичких атракција, итд.)
Будући развој туризма позитивно би утицао на квалитет живота локалног становништва Врњачке Бање
Подржавам будући развој туризма у Врњачкој Бањи који је у складу са одрживим развојем

Извор: Аутор

На основу предложеног истраживачког модела дефинисане су: једна генерална хипотеза, пет посебних и дванаест појединачних хипотеза.

Х: Ставови локалног становништва о квалитету њиховог живота формирају се под утицајем развоја туризма у Врњачкој Бањи.

Х1: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

Х1а: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

Х1б: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

- X1в: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.
- X2: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.
- X2а: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.
- X2б: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.
- X2в: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.
- X3: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.
- X3а: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.
- X3б: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.
- X3в: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.
- X4: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.
- X4а: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.
- X4б: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.
- X4в: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.
- X5: Квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма утиче позитивно на њихову подршку за будући развој туризма у Врњачкој Бањи.

1.3. Методе истраживања

Како би се анализирали ставови локалног становништва о развоју туризма Врњачке Бање користили су се примарни подаци прикупљени методом испитивања. У циљу испитивања креиран је анкетни упитник који је обухватио питања која се односе на социо-демографске карактеристике испитаника, питања која се односе на то коју врсту туризма подржавају, на позитивне и негативне утицаје туризма, квалитет живота проузрокован развојем туризма и подршку за развој туризма у Врњачкој Бањи. Истраживање је спроведено у периоду од јула 2021. године до августа 2022. године. Анкетни упитник је прослеђен електронски (путем мејла и друштвених мрежа), али и директно, прослеђивањем одштампаног упитника. Питања су јасно дефинисана и дате су инструкције за попуњавање упитника. Испитаницима је био познат и разлог спровођења истраживања и гарантована је анонимност. Упитник је попунило само локално становништво Врњачке Бање. То је одређено првим питањем – да само испитаници који живе на територији општине Врњачка Бања могу даље да наставе са попуњавањем упитника. Подаци добијени на овај начин одражавају ставове локалног становништва о туризму Врњачке Бање и статистички су обрађени помоћу *SPSS*-а 23.

Статистичком обрадом у *SPSS*-у за тестирање посебних хипотеза X_1 и X_2 , и њихових појединачних хипотеза (X_{1a} , X_{1b} , X_{1v} , X_{2a} , X_{2b} и X_{2v}) употребљена је мултиваријациона анализа варијансе – *MANOVA*. Ова статистичка метода представља проширење анализе варијансе, која се употребљава када има више зависних променљивих. *MANOVA* указује да ли постоји значајна разлика између група у погледу утицаја на сложену зависну променљиву. У односу на *ANOVA* статистичку методу има неколико предности. Најпре, мерењем неколико зависних варијабли постоји већа шанса да се открије који је фактор важан. Може заштитити од појаве грешака, које се иначе јављају уколико се више пута независно спроведи *ANOVA*. Такође, може открити разлике које нису откривене *ANOVA* тестовима. Како би се применила *MANOVA* морају бити задовољене претпоставке нормалне дистрибуције, линеарности, хомогености варијансе (French *et al.*, 2008). У циљу приказивања разлика између одређених група дефинисаних у независној варијабли мултиваријационе анализе варијансе, за оне зависне варијабле код којих је утврђена статистички значајна разлика, коришћена је једнофакторска *ANOVA*.

Посебне хипотезе X_3 , X_4 , као и појединачне хипотезе X_{3a} , X_{3b} , X_{3v} , X_{4a} , X_{4b} и X_{4v} тестиране су употребом вишеструке линеарне регресије, док је хипотеза X_5 тестирана употребом прсте линеарне регресије. Употребом линеарне регресије описана је и квантификована је веза између независне и зависне променљиве. Линеарна регресија има основну улогу у статистичком прогнозирању. Омогућава лаку интерпретацију и представља статистичку основу за неке друге савременије статистичке методе. Линеарна регресија пружа задовољавајуће резултате када је величина узорка мала у односу на основни скуп (Su *et al.*, 2012). Циљ ове статистичке методе је да се одреди регресиони модел који ће најбоље описати везу између посматраних појава, како би се за одабране вредности независне променљиве, предвиделе вредности зависне

променљиве. Како би се применила регресиона анализа потребно је проверити нормалност дистрибуције, линеарност и хомоскедастичност резидуала. Интерна конзистентност истраживачких варијабли и модела процењена је израчунавањем Кронбаховог коефицијента алфа (*Cronbach's Coeficient Alpha*) (Cronbach, 1951). Кронбахов коефицијент представља средњу вредност корелације променљивих које скала обухвата. Овај коефицијент се може израчунати на основу корелације или на основу варијансе.

1.4. Узорак истраживања

У истраживању је учествовало укупно 753 испитаника, који су претходно потврдили да живе на територији општине Врњачка Бања (3% од укупног броја становника у 2021. години). Употребљен је квота узорак који у складу са могућностима истраживања најприближније описује основну популацију према полу, годинама старости и радном статусу.

Укупно је учествовало 391 жена (51,9%) и 362 мушкараца (48,1%). Дефинисане су пет група година старости, од којих је највише било који имају од 51 до 60 година (196 односно 26%), затим који имају више од 60 (194 односно 25,8%), од 31 до 40 година (136 односно 18,1%), од 20 до 30 година (120 односно 15,9%) и од 41 до 50 година (107 односно 14,2%). Најбројнији су испитаници који су завршили средњу школу (45,8%) и факултет (26,8%), затим вишу школу (12,1%) и мастер студије (7,2 %). Најмање је оних који су завршили основну школу (6,9%) и докторске студије (1,2%). Међу испитаницима је чак 427 запослених (56,7%), 139 незапослених (18,5%) и 187 пензионера (24,8%) (Табела 27).

Табела 27. Социо-демографске карактеристике испитаника

Пол		
	Укупно	%
Женски	391	51,9
Мушки	362	48,1
Године старости		
	Укупно	%
20-30	120	15,9
31-40	136	18,1
41-50	107	14,2
51-60	196	26,0
>60	194	25,8

Табела 27. Наставак

Ниво образовања		
	Укупно	%
Основна школа	52	6,9
Средња школа	345	45,8
Виша школа	91	12,1
Факултет	202	26,8
Мастер студије	54	7,2
Докторске студије	9	1,2
Радни статус		
	Укупно	%
Запослен	427	56,7
Незапослен	139	18,5
У пензији	187	24,8

Извор: Аутор

Како би се додатно описао узорак истраживања испитаници су се изјаснили и о локацији и дужини становања на територији општине Врњачка Бања, као и то да ли је њихов посао повезан са туризмом. Резултати показују да највећи проценат испитаника живи у непосредној близини центра (41,8%), затим на периферији општине (34,0%), у селу (13,7%) и најмање је оних који живе у центру Врњачке Бање (10,5%). Када је у питању дужина становања на територији општине Врњачка Бања, 30,7% испитаника живи у овом месту 20-30 година, 22,2% испитаника живи 30-40 година, 16,9% испитаника више од 40 година, 14,1% испитаника до 5 година и 10,4% испитаника 10-20 година. Најмање је оних који на територији ове општине живе 5-10 година (5,8%). Већина испитаника се изјаснила да њихов посао није повезан са туризмом (48,7%), ипак чак 36,1% испитаника има посао који повезан са туризмом, док се 15,1% њих бави послом који је делимично повезан са овом привредном делатношћу. То доводи до закључка да је у овом узорку укупан број испитаника којима је посао потпуно или делимично повезан са туризмом већи за 2,3% од броја оних који се не баве послом у туризму (Табела 28).

Табела 28. Остале карактеристике узорка истраживања

Локација становања		
	Укупно	%
У центру	79	10,5
У непосредној близини центра	315	41,8
На периферији	256	34,0
У селу	103	13,7

Табела 28. Наставак

Дужина становања		
	Укупно	%
До 5 година	106	14,1
5-10 година	44	5,8
10-20 година	78	10,4
20-30 година	231	30,7
30-40 година	167	22,2
Више од 40 година	127	16,9
Повезаност посла са туризмом		
	Укупно	%
Да	272	36,1
Не	367	48,7
Делимично	114	15,1

Извор: Аутор

2. Резултати истраживања

2.1. Резултати провере поузданости инструмената

У циљу провере поузданости мерних скали урађена је анализа Кронбаховог алфа коефицијента. Приказани су резултати вредности овог коефицијента за скалу, али и његов износ у случају искључивања одређене тврдње из мерне скале. Поред тога, како би се прецизније одредило да ли је потребно искључити одређену тврдњу како би скала имала већу поузданост, приказана је и корелације сваке тврдње са укупним резултатом. Уколико се појаве исувише ниске вредности, треба размишљати о искључивању те тврдње из мерне скале. Посматра се и Кронбах алфа без тврдње и уколико је знатно већи овај коефицијент од укупног, тврдњу би требало искључити.

Како би се испунио услов унутрашње конзистентности посматране скале, вредност Кронбаховог алфа коефицијента треба бити $\geq 0,7$ (Nannally, 1978). Скалу, која обухвата тврдње о позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи, карактерише одлична поузданост ($\alpha=0,916$). Тврдње ове скале углавном имају добру корелацију са укупним резултатом и вредност Кронбаховог алфа коефицијента без одређене тврдње није већи од укупне вредности овог коефицијента за скалу (Табела 29).

Табела 29. Резултати провере поузданости скале позитивних утицаја туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Економски	Туризам доприноси повећању личних прихода локалном становништву	0,469	0,915
	Туризам ствара нова радна места за локално становништво дестинације	0,492	0,915
	Туризам ствара могућности за већа инвестициона улагања и развој предузетништва у дестинацији	0,484	0,915
	Туризам доприноси развоју локалне инфраструктуре	0,597	0,912
	Туризам увећава новчана средства намењена за развој дестинације	0,616	0,911
Социо-културни	Туризам утиче на заштиту и очување културно-историјског наслеђа дестинације	0,691	0,909
	Туризам доприноси очувању културног идентитета локалног становништва	0,683	0,909
	Туризам побољшава квалитет образовних, рекреативних, социјалних и здравствених услуга и садржаја за локално становништво	0,737	0,907

Табела 29. Наставак

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Социо-културни	Туризам ствара више могућности за забаву и разоноду локалном становништву	0,617	0,912
	Туризам утиче на стварање позитивног имица локалног становништва	0,570	0,913
Еколошки	Туризам утиче на заштиту природно-лековитих фактора дестинације	0,709	0,908
	Туризам утиче на озелењавање простора дестинације	0,636	0,911
	Туризам утиче на повећање парковских површина дестинације	0,624	0,911
	Туризам промовише заштиту и унапређење флоре и фауне дестинације	0,707	0,908
	Туризам утиче на повећање еколошке свести локалног становништва	0,707	0,908
Кронбах алфа			0,916

Извор: Аутор

Субскала позитивних економских утицаја има добру поузданост, имајући у виду да је укупна вредност Кронбаховог алфа коефицијента 0,854. Јаку корелацију са укупним резултатом имају две тврдње (*туризам ствара нова радна места за локално становништво дестинације* и *туризам ствара могућности за већа инвестициона улагања и развој предузетништва у дестинацији*), док добру корелацију имају прва и последње две наведене тврдње ове субскеале (Табела 30).

Табела 30. Резултати провере поузданости субскеале позитивних економских утицаја туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Економски	Туризам доприноси повећању личних прихода локалном становништву	0,572	0,847
	Туризам ствара нова радна места за локално становништво дестинације	0,742	0,803
	Туризам ствара могућности за већа инвестициона улагања и развој предузетништва у дестинацији	0,713	0,813

Табела 30. Наставак

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Економски	Туризам доприноси развоју локалне инфраструктуре	0,694	0,816
	Туризам увећава новчана средства намењена за развој дестинације	0,617	0,836
Кронбах алфа			0,854

Извор: Аутор

Корелација првих три дефинисаних тврдњи позитивних социо-културних утицаја туризма у Врњачкој Бањи са укупним резултатом је јака, док је за последње две умерена. Износ Кронбаховог коефицијента алфа је висок ($\alpha=0,888$), чиме се доказује да је поузданост ове субскеале такође постигнута (Табела 31).

Табела 31. Резултати провере поузданости субскеале позитивних социо-културних утицаја туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Социо-културни	Туризам утиче на заштиту и очување културно-историјског наслеђа дестинације	0.785	0,853
	Туризам доприноси очувању културног идентитета локалног становништва	0,808	0,845
	Туризам побољшава квалитет образовних, рекреативних, социјалних и здравствених услуга и садржаја за локално становништво	0,789	0,850
	Туризам ствара више могућности за забаву и разоноду локалном становништву	0,687	0,876
	Туризам утиче на стварање позитивног имиџа локалног становништва	0,611	0,889
Кронбах алфа			0,888

Извор: Аутор

Интерна конзистентност субскеале позитивни еколошки утицаји је одлична ($\alpha=0,926$). Корелација тврдњи са укупним резултатом је јака за све тврдње осим код прве, где она износи 0,573. Уколико би се ова тврдња уклонила вредност Кронбаховог алфа коефицијента би била 0,951, што је занемарљиво веће од претходне поменуте вредности алфа коефицијента ове субскеале. Имајући у виду да је поузданост скале укључујући ову тврдњу одлична, прва тврдња је задржана и поред тога што може повећати вредност поузданости скале уколико се обрише (Табела 32).

Табела 32. Резултати провере поузданости субскеале позитивних еколошких утицаја туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Еколошки	Туризам утиче на заштиту природно-лековитих фактора дестинације	0,573	0,951
	Туризам утиче на озелењавање простора дестинације	0,865	0,897
	Туризам утиче на повећање парковских површина дестинације	0,830	0,904
	Туризам промовише заштиту и унапређење флоре и фауне дестинације	0,910	0,888
	Туризам утиче на повећање еколошке свести локалног становништва	0,865	0,897
Кронбах алфа			0,926

Извор: Аутор

Резултати провере поузданости скале која мери негативне утицаје туризма у Врњачкој Бањи открили су да износ укупног Кронбаховог коефицијента износи 0,787 што представља добру интерну конзистентност скале. Корелације тврдње *туризам утиче на повећање криминала у дестинацији* и тврдње *туризам утиче да локално становништво има ограничен приступ одређеним производима, услугама и јавним местима у сезони (рестрикције услуга водоснабдевању, несташница одређених производа, недовољно места у ресторанима, и слично)* са укупним резултатом су нешто ниже и износе око 0,26. Уколико би се ове тврдње искључила вредност Кронбаховог коефицијента би се повећала за 0,001. Ипак, имајући у виду занемарљиву разлику у поузданости скале уколико би се нека од ових тврдњи обрисала и да је интерна конзистентност скале негативних утицаја туризма добра и када су тврдње укључене, тврдње ће се задржати у даљој анализи. Остале тврдње дефинисане у оквиру ове скале имају углавном добру корелацију са укупним резултатом (Табела 33).

Табела 33. Резултати провере поузданости скале негативних утицаја туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Економски	Туризам утиче на повећање цена у дестинацији (робе широке потрошње, земљишта, некретнина, пореза, итд.)	0,468	0,771

Табела 33. Наставак

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Економски	Туризам утиче на сезонски карактер запошљавања локалног становништва	0,435	0,773
	Туризам ствара слабо плаћена радна места за локално становништво	0,544	0,761
	Економску корист од туризма има мали број локалног становништва	0,529	0,763
	Туризам ствара економску неједнакост међу локалним становништвом	0,589	0,758
Социо-културни	Туризам утиче на комерцијализацију локалне културе, што доводи до губитка социо-културног идентитета локалне заједнице	0,384	0,776
	Туризам утиче на промену понашања локалног становништва (угледајући се на туристе, локално становништво мења свој кодекс понашања, стил облачења, исхрану, итд.)	0,341	0,780
	Туризам утиче на повећање неморалног понашања у дестинацији	0,339	0,781
	Туризам утиче на повећање криминала у дестинацији	0,255	0,788
	Туризам утиче да локално становништво има ограничен приступ одређеним производима, услугама и јавним местима у сезони (рестрикције услуга водоснабдевања, несташица одређених производа, недовољно места у ресторанима, и слично)	0,261	0,788
Еколошки	Туризам утиче на стварање гужви у дестинацији (саобраћајне гужве, недостатак паркинг места, гужве на улицама, и друго)	0,315	0,781
	Туризам утиче на повећање буке у дестинацији током главне сезоне	0,357	0,778
	Угоститељска предузећа и туристи стварају огромне количине смећа у дестинацији	0,402	0,775
	Туризам утиче негативно на вегетацију и губитак зелених површина у дестинацији	0,397	0,776
	Туризам утиче на загађење ваздуха и воде (термоминералних вода, река и слично) у дестинацији	0,331	0,780
Кронбах алфа			0,787

Извор: Аутор

Дефинисане тврдње које описују негативне економске утицаје туризма у Врњачкој Бањи имају јаку корелацију са укупним резултатом, осим прве две, где је корелација умерена. Корелација прве тврдње износи 0,521 и уколико би се ова тврдња уклонила вредност Кронбаховог коефицијента био би већи за 0.007. Ипак, као и у неким претходно наведеним случајевима, уколико би се ова тврдња уклонила разлика у коефицијенту била би мала, док је поузданост скале добра узимајући у обзир да је укупна вредност Кронбаховог алфа коефицијента ($\alpha=0,862$) већа од препоручене вредности од 0,7 и да претходна скала негативних утицаја туризма има одличну поузданост и са овом тврдњом, тврдња ће бити задржана (Табела 34).

Табела 34. Резултати провере поузданости субскеале негативних економских утицаја туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Економски	Туризам утиче на повећање цена у дестинацији (робе широке потрошње, земљишта, некретнина, пореза, итд.)	0,521	0,869
	Туризам утиче на сезонски карактер запошљавања локалног становништва	0,576	0,858
	Туризам ствара слабо плаћена радна места за локално становништво	0,776	0,808
	Економску корист од туризма има мали број локалног становништва	0,796	0,801
	Туризам ствара економску неједнакост међу локалним становништвом	0,759	0,812
Кронбах алфа			0,862

Извор: Аутор

Тврдње о негативним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи имају углавном добру корелацију са укупним резултатом. Уколико би се било која тврдња искључила из ове субскеале, вредност Кронбаховог алфа коефицијента не би била већа од укупног који износи 0,823, због чега се закључује да ова субскала има добру поузданост (Табела 35).

Табела 35. Резултати провере поузданости субскеале негативних социо-културних утицаја туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Социо-културни	Туризам утиче на комерцијализацију локалне културе, што доводи до губитка социо-културног идентитета локалне заједнице	0,685	0,771

Табела 35. Наставак

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Социо-културни	Туризам утиче на промену понашања локалног становништва (угледајући се на туристе, локално становништво мења свој кодекс понашања, стил облачења, исхрану, итд.)	0,551	0,806
	Туризам утиче на повећање неморалног понашања у дестинацији	0,688	0,767
	Туризам утиче на повећање криминала у дестинацији	0,601	0,793
	Туризам утиче да локално становништво има ограничен приступ одређеним производима, услугама и јавним местима у сезони (рестрикције услуга водоснабдевања, несташица одређених производа, недовољно места у ресторанима, и слично)	0,570	0,803
Кронбах алфа			0,823

Извор: Аутор

Субскала која се односи на негативне еколошке утицаје има вредност Кронбаховог алфа коефицијента у износу од 0,762, што значи да је постигнута поузданост. Тврдње имају углавном умерену корелацију са укупним резултатом, једино у случају тврдње *угоститељска предузећа и туристи стварају огромне количине смећа у дестинацији*, ова корелација је јака. Вредност Кронбаховог алфа коефицијента би се повећао за 0,006, уколико би се обрисала последња тврдња ове субскале – *туризам утиче на загађење ваздуха и воде (термоминералних вода, река и слично) у дестинацији*. Ипак, тврдња је задржана, због занемарљивог повећања у поменутом коефицијенту (Табела 36).

Табела 36. Резултати провере поузданости субскале негативних еколошких утицаја туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Еколошки	Туризам утиче на стварање гужви у дестинацији (саобраћајне гужве, недостатак паркинг места, гужве на улицама, и друго)	0,402	0,760
	Туризам утиче на повећање буке у дестинацији током главне сезоне	0,632	0,679

Табела 36. Наставак

Врста утицаја	Тврдња	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Еколошки	Угоститељска предузећа и туристи стварају огромне количине смећа у дестинацији	0,700	0,655
	Туризам утиче негативно на вегетацију и губитак зелених површина у дестинацији	0,552	0,711
	Туризам утиче на загађење ваздуха и воде (термоминералних вода, река и слично) у дестинацији	0,377	0,768
Кронбах алфа			0,762

Извор: Аутор

Када је у питању провера поузданости скале квалитета живота локалног становништва проузрокованим развојем туризма у Врњачкој Бањи, резултати показују да дефинисане четири тврдње имају јаку корелацију са укупним резултатом. Уколико би се било која тврдња искључила, вредност Кронбаховог коефицијента алфа не би била већа од коначне вредности овог коефицијента за посматрану скалу. Како је вредност $\alpha=0,920$, закључује се да је поузданост скале квалитета живота проузрокованим развојем туризма у Врњачкој Бањи одлична (Табела 37).

Табела 37. Резултати провере поузданости скале квалитета живота локалног становништва проузрокованим развојем туризма у Врњачкој Бањи

Тврдње	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Туризам унапређује квалитет живота локалног становништва Врњачке Бање	0,863	0,881
Туризам унапређује квалитет провођења слободног времена локалног становништва Врњачке Бање	0,794	0,904
Туризам унапређује услове живота локалног становништва Врњачке Бање	0,855	0,884
Туризам унапређује квалитет јавних услуга у Врњачкој Бањи.	0,759	0,916
Кронбах алфа		0,920

Извор: Аутор

Вредност Кронбаховог алфа коефицијента у износу од 0,938 потврдила је добру поузданост скале која мери подршку локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи. Корелације свих тврдњи ове субскале су јаке. Исто као и у претходним случајевима провере поузданости скала и субскала, није уочена потреба за искључивањем одређене тврдње и доказана је интерна конзистентност (Табела 38).

Табела 38. Резултати провере поузданости скале подршке локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи

Тврдње	Корелација тврдње и укупног резултата	Кронбах алфа без тврдње
Подржавам будући развој туризма у Врњачкој Бањи	0,868	0,920
Подржавам повећање броја туриста у Врњачкој Бањи	0,774	0,933
Подржавам веће финансирање промоције туризма у Врњачкој Бањи	0,836	0,924
Подржавам развој додатних туристичких садржаја у Врњачкој Бањи (нових смештајних објеката, ресторана, забавних и спортских објеката, туристичких атракција, итд.)	0,855	0,922
Будући развој туризма позитивно би утицао на квалитет живота локалног становништва Врњачке Бање	0,807	0,928
Подржавам будући развој туризма у Врњачкој Бањи који је у складу са одрживим развојем	0,770	0,933
Кронбах алфа		0,938

Извор: Аутор

2.2. Резултати дескриптивне статистике

У циљу описивања резултата о подршци локалног становништва за развој одређене врсте туризма у Врњачкој Бањи, о њиховим ставовима о позитивним и негативним утицајима туризма, квалитету живота проузрокованим развојем туризма и подршци за будући развој туризма у Врњачкој Бањи, примењена је дескриптивна статистика. Приказани су резултати у процентима, средњим вредностима, вредности стандардне девијације, асиметрије (*Skewness*) и спљоштености (*Kurtosis*) и процена нормалности расподеле. Интерпретација ставова анкетираних локалног становништва на основу њихових одговора на петостепеној Ликертовој скали, извршена је на основу аритметичке средине и то на следећи начин (Sözen & Güven, 2019; Suebwongsuwan & Nomniam, 2020):

1,00-1,80 – испитаници изражавају потпуну несагласност са понуђеном тврдњом/тврдњама;

1,81-2,60 – испитаници изражавају несагласност са понуђеном тврдњом/тврдњама;

2,61-3,40 – испитаници немају довољно јасан став по питању понуђене/их тврдње/тврдњи;

3,41-4,20 – испитаници изражавају сагласност са понуђеном тврдњом/тврдњама;

4,21-5,00 – испитаници изражавају потпуну сагласност са понуђеном тврдњом/тврдњама.

На питање о томе коју врсту туризма у Врњачкој Бањи подржавају, највећи проценат испитаног локалног становништва определио се за *здравствени туризам*, укупно 268 испитаника (35,6%). Након *здравственог туризма* испитаници су највише подржали:

- *културно-забавни туризам*, укупно 178 испитаника (23,6%);
- *спортски туризам*, укупно 103 испитаника (13,7%),
- *конгресни туризам*, укупно 93 испитаника (12,4%);
- *рекреативни туризам*, укупно 79 испитаника (10,5%);
- *излетнички туризам*, укупно 15 испитаника (2,0%);
- *омладински, ђачки туризам*, укупно 11 испитаника (1,5%).

Свега 6 (0,8%) испитаника се изјаснило да не подржава развој туризма у Врњачкој Бањи (Табела 39).

Табела 39. Резултати дескриптивне статистике подршке за развој одређене врсте туризма у Врњачкој Бањи

Развој које врсте туризма у Врњачкој Бањи подржавате?	F	%
Здравствени туризам	268	35,6
Рекреативни туризам	79	10,5
Конгресни туризам	93	12,4
Културно-забавни туризам	178	23,6
Излетнички туризам	15	2,0
Спортски туризам	103	13,7
Омладински, ђачки туризам	11	1,5
Не подржавам развој туризма у Врњачкој Бањи	6	0,8

Извор: Аутор

Тврдње о позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи имају аритметичку средину од 3,53 (SD=0,85), што значи да анкетирано локално становништво изражава сагласност са тим да туризам остварује позитивне утицаје у Бањи. Ипак, треба напоменути да је овакав резултат близу границе аритметичке средине која указује да испитаници и немају довољно јасан став по питању понуђених тврдњи.

Највећу средњу вредност имају позитивни економски утицаји (M=4,01; SD=0,83). Локално становништво које је учествовало у истраживању се највише усагласило да *туризам ствара могућности за већа инвестициона улагања и развој предузетништва у дестинацији* (M=4,08; SD=0,99), *туризам доприноси повећању личних прихода локалном становништву* (M=4,00; SD=1,02), као и да *туризам ствара нова радна места за локално становништво дестинације* (M=4,00; SD=1,07), *увећава новчана средства намењена за развој дестинације* (M=4,00; SD=1,07) и *доприноси развоју локалне инфраструктуре* (M=3,99; SD=1,10).

Анкетирано локално становништво је изразило мањи степен слагања када су у питању позитивни социо-културни утицаји туризма у Врњачкој Бањи, у односу на економске утицаје (M=3,80; SD=0,98). Као најпозитивнији социо-културни утицај истиче се да *туризам ствара више могућности за забаву и разоноду локалном становништву*

($M=4,12$; $SD=0,95$), затим да туризам утиче на стварање позитивног имиџа локалног становништва ($M=4,05$; $SD=1,01$) и да туризам побољшава квалитет образовних, рекреативних, социјалних и здравствених услуга и садржаја за локално становништво ($M=3,82$; $SD=1,21$). Сагласност је локално становништво изразило и по питању утицаја туризма на заштиту и очување културно-историјског наслеђа дестинације ($M=3,44$; $SD=1,35$) и очувању културног идентитета локалног становништва ($M=3,58$; $SD=1,31$). Ипак, знатно је мањи степен слагања са овим тврдњама, и близу је границе резултата који описује изостанак јасног става.

Позитивни еколошки утицаји оцењени су ниском средњом оценом ($M=2,76$; $SD=1,31$). Највећу средњу вредност има тврдња туризам утиче на заштиту природно-лековитих фактора дестинације ($M=3,06$; $SD=1,48$), након тога и тврдње: туризам утиче на озелењавање простора дестинације ($M=2,75$; $SD=1,49$), туризам утиче на повећање парковских површина дестинације ($M=2,71$; $SD=1,53$), туризам утиче на повећање еколошке свести локалног становништва ($M=2,66$; $SD=1,52$), туризам промовише заштиту и унапређење флоре и фауне дестинације ($M=2,64$; $SD=1,45$). Овакви резултати сугеришу да локално становништво нема јасан став у вези позитивних еколошких утицаја и то поводом свих наведених тврдњи. У поређењу са средњим оценама позитивних економских утицаја и социо-културних утицаја, еколошки утицаји су оцењени најнижим оценама (Табела 40).

Табела 40. Резултати дескриптивне статистике за позитивне утицаје туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	<i>M</i>	<i>SD</i>
Укупно позитивни утицаји туризма		3,53	0,85
Економски	Туризам доприноси повећању личних прихода локалном становништву	4,00	1,02
	Туризам ствара нова радна места за локално становништво дестинације	4,00	1,07
	Туризам ствара могућности за већа инвестициона улагања и развој предузетништва у дестинацији	4,08	0,99
	Туризам доприноси развоју локалне инфраструктуре	3,99	1,10
	Туризам увећава новчана средства намењена за развој дестинације	4,00	1,07
Укупно позитивни економски утицаји туризма		4,01	0,83
Социо-културни	Туризам утиче на заштиту и очување културно-историјског наслеђа дестинације	3,44	1,35
	Туризам доприноси очувању културног идентитета локалног становништва	3,58	1,31

Табела 40. Наставак

Врста утицаја	Тврдња	<i>M</i>	<i>SD</i>
Социо-културни	Туризам побољшава квалитет образовних, рекреативних, социјалних и здравствених услуга и садржаја за локално становништво	3,82	1,21
	Туризам ствара више могућности за забаву и разоноду локалном становништву	4,12	0,95
	Туризам утиче на стварање позитивног имиџа локалног становништва	4,05	1,01
Укупно позитивни социо-културни утицаји туризма		3,80	0,98
Еколошки	Туризам утиче на заштиту природно-лековитих фактора дестинације	3,06	1,48
	Туризам утиче на озелењавање простора дестинације	2,75	1,49
	Туризам утиче на повећање парковских површина дестинације	2,71	1,53
	Туризам промовише заштиту и унапређење флоре и фауне дестинације	2,64	1,45
	Туризам утиче на повећање еколошке свести локалног становништва	2,66	1,52
Укупно позитивни еколошки утицаји туризма		2,76	1,31

Извор: Аутор

Према резултатима дескриптивне статистике, испитано локално становништво Врњачке Бање је негативне утицаје туризма оценило средњом оценом 3,76 ($SD=0,59$). Оваква средња вредност указује да су испитаници сагласни са тим да туризам у Врњачкој Бањи остварује негативне утицаје. У поређењу са позитивним утицајима, испитаници су негативне утицаје туризма у Врњачкој Бањи оценили средњом оценом већом за 0,23, што свакако указује да су негативнији утицаји нешто уочљивији за њих.

Тврдња *туризам утиче на повећање цена у дестинацији (робе широке потрошње, земљишта, некретнина, пореза, итд.)* на основу одговора испитаника има највећу средњу аритметичку вредност, када се говори о негативним економским утицајима ($M=4,07$; $SD=0,96$). Такође, сагласност је анкетирано локално становништво изразило и поводом тврдње *да туризам утиче на сезонски карактер запошљавања локалног становништва* ($M=3,99$; $SD=1,04$). Локално становништво је сагласно и *да туризам ствара економску неједнакост међу локалним становништвом* ($M=3,67$; $SD=1,31$), *економску корист од туризма има мали број локалног становништва* ($M=3,42$; $SD=1,37$) и *да туризам ствара слабо плаћена радна места за локално становништво* ($M=3,30$; $SD=1,39$). Свеукупни негативни економски утицаји туризма на основу резултата истраживања имају средњу вредност од 3,69 ($SD=0,98$), због чега се може

рећи да испитано локално становништво сагласно са тим да туризам остварује негативне економске утицаје.

Као најнегативније социо-културне утицаје туризма испитаници су издвојили да туризам утиче да локално становништво има ограничен приступ одређеним производима, услугама и јавним местима у сезони (рестрикције услуга водоснабдевања, несташица одређених производа, недовољно места у ресторанима, и слично) ($M=3,87$; $SD=1,36$), да туризам утиче на комерцијализацију локалне културе, што доводи до губитка социо-културног идентитета локалне заједнице ($M=3,74$; $SD=1,20$) и да туризам утиче на промену понашања локалног становништва (угледајући се на туристе, локално становништво мења свој кодекс понашања, стил облачења, исхрану, итд.) ($M=3,43$; $SD=1,22$). Поводом тврдњи да туризам утиче на повећање криминала ($M=3,21$; $SD=1,37$) и неморалног понашања у дестинацији ($M=3,09$; $SD=1,36$), испитаници немају јасно дефинисан став. Уколико се посматра свеукупна скала за негативне социо-културне утицаје ($M=3,47$; $SD=1,00$), може се закључити да је локално становништво сагласно са тим да туризам остварује утицаје овог типа у Врњачкој Бањи, али свакако да треба напоменути да је овај резултат близу границе вредности која указује на то да локално становништво нема јасан став.

Резултати истраживања показују да је локално становништво сагласно да туризам остварује негативне еколошке утицаје у Врњачкој Бањи ($M=4,12$; $SD=0,72$). Са тврдњама да туризам утиче на загађење ваздуха и воде (термоминералних вода, река и слично) у дестинацији ($M=4,25$; $SD=0,95$) и туризам утиче на стварање гужви у дестинацији (саобраћајне гужве, недостатак паркинг места, гужве на улицама, и друго) ($M=4,24$; $SD=0,92$) локално становништво је у потпуности сагласно. Поред тога локално становништво је сагласно и са осталим тврдњама о негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи, пре свега да туризам утиче негативно на вегетацију и губитак зелених површина у дестинацији ($M=4,12$; $SD=1,05$), угоститељска предузећа и туристи стварају огромне количине смећа у дестинацији ($M=4,09$; $SD=1,01$) и да туризам утиче на повећање буке у дестинацији током главне сезоне ($M=3,92$; $SD=1,10$) (Табела 41).

Табела 41. Резултати дескриптивне статистике за негативне утицаје туризма у Врњачкој Бањи

Врста утицаја	Тврдња	<i>M</i>	<i>SD</i>
Укупно негативни утицаји туризма		3,76	0,59
Економски	Туризам утиче на повећање цена у дестинацији (робе широке потрошње, земљишта, некретнина, пореза, итд.)	4,07	0,96
	Туризам утиче на сезонски карактер запошљавања локалног становништва	3,99	1,04

Табела 41. Наставак

Врста утицаја	Тврдња	<i>M</i>	<i>SD</i>
Економски	Туризам ствара слабо плаћена радна места за локално становништво	3,30	1,39
	Економску корист од туризма има мали број локалног становништва	3,42	1,37
	Туризам ствара економску неједнакост међу локалним становништвом	3,67	1,31
Укупно негативни економски утицаји туризма		3,69	0,98
Социо-културни	Туризам утиче на комерцијализацију локалне културе, што доводи до губитка социо-културног идентитета локалне заједнице	3,74	1,20
	Туризам утиче на промену понашања локалног становништва (угледајући се на туристе, локално становништво мења свој кодекс понашања, стил облачења, исхрану, итд.)	3,43	1,22
	Туризам утиче на повећање неморалног понашања у дестинацији	3,09	1,36
	Туризам утиче на повећање криминала у дестинацији	3,21	1,37
	Туризам утиче да локално становништво има ограничен приступ одређеним производима, услугама и јавним местима у сезони (рестрикције услуга водоснабдевања, несташица одређених производа, недовољно места у ресторанима, и слично)	3,87	1,36
Укупно негативни социо-културни утицаји туризма		3,47	1,00
Еколошки	Туризам утиче на стварање гужви у дестинацији (саобраћајне гужве, недостатак паркинг места, гужве на улицама, и друго)	4,24	0,92
	Туризам утиче на повећање буке у дестинацији током главне сезоне	3,92	1,10
	Угоститељска предузећа и туристи стварају огромне количине смећа у дестинацији	4,09	1,01
	Туризам утиче негативно на вегетацију и губитак зелених површина у дестинацији	4,12	1,05
	Туризам утиче на загађење ваздуха и воде (термоминералних вода, река и слично) у дестинацији	4,25	0,95
Укупно негативни еколошки утицаји		4,12	0,72

Извор: Аутор

Када је у питању квалитет живота проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи, испитаници су најпре сагласни са тим да *туризам унапређује квалитет провођења слободног времена локалног становништва* ($M=3,61$; $SD=1,20$). Најниже оцењена је тврдња која се односи на то да *туризам унапређује квалитет јавних услуга у Врњачкој Бањи* ($M=3,40$; $SD=1,22$). Ипак, средња вредност ове тврдње говори да је локално становништво сагласно са истом. Генерално посматрано локално становништво је сагласно са тим да туризам унапређује њихов квалитет живота ($M=3,48$; $SD=1,06$) (Табела 42).

Табела 42. Резултати дескриптивне статистике квалитета живота локалног становништва проузрокованим развојем туризма у Врњачкој Бањи

Тврдње	<i>M</i>	<i>SD</i>
Туризам унапређује квалитет живота локалног становништва Врњачке Бање	3,46	1,15
Туризам унапређује квалитет провођења слободног времена локалног становништва Врњачке Бање	3,61	1,20
Туризам унапређује услове живота локалног становништва Врњачке Бање	3,42	1,14
Туризам унапређује квалитет јавних услуга у Врњачкој Бањи.	3,40	1,22
Укупно квалитет живота проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи	3,48	1,06

Извор: Аутор

На основу спроведеног истраживања јасно је да локално *становништво подржава будући развој туризма у Врњачкој Бањи* ($M=3,76$; $SD=1,35$), али најпре *туризам који је у складу са одрживим развојем* ($M=4,17$; $SD=1,20$). Поред тога, локално становништво *подржава развој додатних туристичких садржаја у Врњачкој Бањи (нових смештајних објеката, ресторана, забавних и спортских објеката, туристичких атракција, итд.)* ($M=3,81$; $SD=1,46$) и сматра да би *будући развој туризма унапредио квалитет њиховог живота* ($M=3,58$; $SD=1,33$). Локално становништво нема јасан став по питању *већег финансирања у промоцију туризма* ($M=3,39$; $SD=1,49$) и *повећања броја туриста у Врњачкој Бањи* ($M=3,30$; $SD=1,51$). Треба узети у обзир рангирање средњих вредности тврдњи, јер се тиме долази до закључка о приоритетима и чему најпре локално становништво даје подршку, а чему најмање на понуђеној листи. Генерално, локално становништво спремно је да подржи будући развој туризма у Врњачкој Бањи ($M=3,67$; $SD=1,22$) (Табела 43).

Табела 43. Резултати дескриптивне статистике подршке локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи

Тврдње	<i>M</i>	<i>SD</i>
Подржавам будући развој туризма у Врњачкој Бањи	3,76	1,35
Подржавам повећање броја туриста у Врњачкој Бањи	3,30	1,51

Табела 43. Наставак

Тврдње	<i>M</i>	<i>SD</i>
Подржавам веће финансирање промоције туризма у Врњачкој Бањи	3,39	1,49
Подржавам развој додатних туристичких садржаја у Врњачкој Бањи (нових смештајних објеката, ресторана, забавних и спортских објеката, туристичких атракција, итд.)	3,81	1,46
Будући развој туризма позитивно би утицао на квалитет живота локалног становништва Врњачке Бање	3,58	1,33
Подржавам будући развој туризма у Врњачкој Бањи који је у складу са одрживим развојем	4,17	1,20
Укупно подршка за будући развој туризма у Врњачкој Бањи	3,67	1,22

Извор: Аутор

У табели су приказани резултати дескриптивне статистике асиметрије (*Skewness*) и спљоштености (*Kurtosis*). Вредности асиметрије су негативне како за позитивне и негативне економске, социо-културне, еколошке и свеукупне утицаје, тако и за квалитет живота проузрокован развојем туризма и подршку за будући развој туризма у Врњачкој Бањи. Овакве вредности показују да се већи део резултата налази међу већим вредностима десно од средње вредности. Једино у случају позитивних еколошких утицаја туризма, резултати су лево од средње вредности, међу мањим вредностима. Негативне вредности спљоштености показују да су резултати пљоснатији од нормале. Уколико се посматрају све скале и субскале, расподела резултата се не може сматрати приближно нормалном ($p=0,00$) (Табела 44).

Табела 44. Резултати дескриптивне статистике асиметрија и спљоштеност, нормалност расподеле

	<i>Skewness</i>	<i>Kurtosis</i>	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>		<i>Shapiro-Wilk</i>	
			<i>Stat.</i>	<i>Sigma</i>	<i>Stat.</i>	<i>Sigma</i>
Позитивни утицаји туризма	-0,28	-0,66	0,06	0,00	0,98	0,00
Позитивни економски утицаји туризма	-0,52	-0,51	0,14	0,00	0,92	0,00
Позитивни социо-културни утицаји туризма	-0,61	-0,42	0,14	0,00	0,93	0,00
Позитивни еколошки утицаји туризма	0,22	-1,22	0,13	0,00	0,92	0,00
Негативни утицаји туризма	-0,25	-0,40	0,05	0,00	0,99	0,00
Негативни економски утицаји туризма	-0,48	-0,62	0,15	0,00	0,94	0,00

Табела 44. Наставак

	<i>Skewness</i>	<i>Kurtosis</i>	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>		<i>Shapiro-Wilk</i>	
			<i>Stat.</i>	<i>Sigma</i>	<i>Stat.</i>	<i>Sigma</i>
Негативни еколошки утицаји туризма	-0,44	-0,60	0,13	0,00	0,92	0,00
Квалитет живота проузрокован развојем туризма	-0,25	-0,7	0,09	0,00	0,95	0,00
Подршка за будући развој туризма	-0,87	-0,32	0,16	0,00	0,88	0,00

Извор: Аутор

2.3. Резултати тестирања хипотеза

У циљу тестирања хипотезе X_1 , X_2 и њихових појединачних хипотеза коришћена је мултиваријациона анализа варијансе – *MANOVA*. У случају испитивања разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају (X_1) као зависне варијабле постављене су скале о позитивним економским утицајима, позитивним социо-културним утицајима и позитивним еколошким утицајима, док су подржаване врсте туризма посматране као независна варијабла. Како би се мултиваријациона анализа варијансе применила неопходно је да у независној променљивој, буде више случајева од броја зависних променљивих, у овој студији је то више од 3. Такав предуслов је постигнут, имајући у виду да на основу добијених резултата све наведене опције имају већу фреквенцију од 3, код питања *Развој које врсте туризма у Врњачкој Бањи подржавате*. Спроведена је провера мултиваријационе нормалности за све три зависне променљиве и утврђено је да не постоје нетипичне тачке, јер максимална вредност *Mahalanobis Distance* износи 14,93 и представља мању вредност од критичне вредности за три зависне променљиве – 16,27. Претпоставка о хомогености матрица варијансе и коваријансе није нарушена, онда када је значајност *Box M* теста већа од 0,001. Резултати овог теста у случају позитивних економских, социо-културни и еколошких утицаја као зависних променљивих показују да је вредност значајности на основу поменутог теста 0,49, што показује да претпоставка о хомогености матрице варијансе и коваријансе није нарушена. Како би се проверило да ли је нарушена претпоставка о једнакости варијансе променљивих спроведен је и *Levene* тест. Ниједна променљива нема статистичку значајну вредност *Levene* теста, што показује да није нарушена претпоставка о једнакости варијансе променљивих. Резултати *Levene* теста у погледу позитивних економских утицаја туризма износе $F(7,745)=0,785$, $p=0,600$, затим код позитивних социо-културних утицаја $F(7,745)=1,172$, $p=0,317$, и у погледу позитивних еколошких утицаја $F(7,745)=1,702$, $p=0,105$ (Табела 45).

Табела 45. Резултати *Levene* теста – тестирање прве хипотезе

Зависне променљиве	<i>F</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>Sig.</i>
Позитивни економски утицаји	0,785	7	745	0,600
Позитивни социо-културни утицаји	1,172	7	745	0,317
Позитивни еколошки утицаји	1,702	7	745	0,105

Извор: Аутор

Мултиваријациони тестови показују да ли се групе статистички значајно разликују у погледу зависних променљивих ($p < 0,05$). Према подацима приказаним у табели 46 ови мултиваријациони тестови показују статистику значајност. Значајност *Wilks' Lambda* теста, па чак и робуснијег показатеља *Pillai's Trace* је мањи од 0,05 ($p = 0,011$) што показује да постоји статистички значајна разлика између група локалног становништва у зависности од тога коју врсту туризма подржавају у Врњачкој Бањи, у погледу њиховог става о позитивним утицајима туризма у овом месту. Вредност *Wilks' Lambda* теста износи 0,949, док је *Partial Eta Squared* 0,017 (Табела 46).

Табела 46. Резултати мултиваријационих тестова – тестирање прве хипотезе

	<i>Value</i>	<i>F</i>	<i>Hypothesis df</i>	<i>Error df</i>	<i>Sig.</i>	<i>Partial Eta Squared</i>
<i>Pillai's Trace</i>	0,051	1,840	21,000	2235,000	0,011	0,017
<i>Wilks' Lambda</i>	0,949	1,852	21,000	2134,045	0,011	0,017
<i>Hotelling's Trace</i>	0,053	1,863	21,000	2225,000	0,010	0,017
<i>Roy's Largest Root</i>	0,042	4,476	7,000	745,000	0,000	0,040

Извор: Аутор

Како би се избегла грешка у закључивању извршено је Бонфаронијево прилагођавање нивоа алфа, тако што је вредност од 0,05 подељена са 3, колико има зависних променљивих и добијена вредност у односу на коју се посматрају резултати износи 0,017. Утврђено је да статистички значајна разлика постоји у погледу позитивних социо-културних утицаја туризма ($p = 0,004$), чиме се потврђује хипотеза H_{16} : Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају. Вредност *Partial Eta Squared* за зависну променљиву која се односи на позитивне социо-културне утицаје износи 0,028. То значи да врсте туризма објашњавају 2,8% варијансе позитивних социо-културних утицаја, што представља мали утицај (Cohen, 1988) (Табела 47).

Табела 47. Резултати значајности разлике између група које подржавају различите врсте туризма и позитивних утицаја туризма

Зависне променљиве	<i>Type III Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>Partial Eta Squared</i>
Позитивни економски утицаји	4,139	7	0,591	0,849	0,547	0,008

Табела 47. Наставак

Зависне променљиве	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Позитивни социо-културни утицаји	19,985	7	2,855	3,038	0,004	0,028
Позитивни еколошки утицаји	13,831	7	1,976	1,154	0,327	0,011

Извор: Аутор

Имајући у виду да је значајност за преостале две зависне променљиве које се односе на позитивне економске ($p=0,547$) и позитивне еколошке утицаје ($p=0,327$) већа од вредности алфе након Бонфаронијевог прилагођавања од 0,017, одбацују се хипотезе:

- Х1а: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.
- Х1в: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

Накнадним анализама извршено је испитивање како би се утврдило које разлике између група су значајне. Како независна променљива има 8 нивоа, примењена је једнофакторска анализа ANOVA зависне променљиве која има статистичку значајност у анализи MANOVA, односно оне која се односи на позитивне социо-културне утицаје туризма у Врњачкој Бањи ($F(7, 745)=3,038$; $p=0,004$). Поређења помоћу Tukey HSD теста показују да се средња вредност групе испитаника који подржавају здравствени туризам ($M=3,98$, $SD=0,96$) статистички значајно разликују од средњих вредности групе испитаника који подржавају конгресни туризам ($M=3,54$, $SD=0,96$). Разлика између ових група у погледу позитивних социо-културних утицаја туризма у Врњачкој Бањи је мала и износи 0,44 (Табела 48).

Табела 48. Средње вредности и стандардна девијација позитивних социо-културних утицаја туризма према подржаваној врсти туризма у Врњачкој Бањи

	M	SD
Здравствени туризам*	3,98	0,96
Рекреативни туризам	3,63	1,10
Конгресни туризам*	3,54	0,96
Културно-забавни туризам	3,76	0,98
Излетнички туризам	3,64	0,93
Спортски туризам	3,84	0,91
Омладински, ђачки туризам	3,67	1,00
Не подржавам развој туризма у Врњачкој Бањи	3,27	0,63
* $p<0,017$		

Извор: Аутор

Како би се испитале разлике у ставовима локалног становништва о негативним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма које подржавају (X2), као зависне променљиве постављени су негативни економски утицаји, негативни социо-културни утицаји и негативни еколошки утицаји туризма у Врњачкој Бањи. Као независна променљива остају подржаване врсте туризма. Исто као и у претходном случају, број зависних променљивих је три, тако да је и сада предуслов за спровођење мултиваријационе анализе постигнут, имајући у виду да на основу добијених резултата све наведене опције код питања које се односи на подршку одређене врсте туризма у Врњачкој Бањи имају већу фреквенцију од 3. Провером мултиваријационе нормалности за наведене зависне променљиве утврђено је да не постоје нетипичне тачке, јер је максимална вредност *Mahalanobis Distance* (14,09) мања од критичне вредности за три зависне променљиве, која износи 16,27. Резултати *Box M* теста показују значајност од 0,60, чиме се закључује да није нарушена претпоставка о хомогености матрице варијансе ($p > 0,001$). Такође, претпоставка о једнакости варијансе променљивих није нарушена јер је на основу спроведеног *Levene* теста, закључено да ниједна променљива нема статистичку значајност, већ је њихова значајност већа од 0,005. У случају негативних економских утицаја туризма резултати *Levene* теста износе $F(7,745)=1,071$, $p=0,380$, код негативних социо-културних утицаја $F(7,745)=1,475$, $p=0,173$, и код негативних еколошких утицаја $F(7,745)=1,522$, $p=0,156$ (Табела 49)

Табела 49. Резултати *Levene* теста – тестирање друге хипотезе

Зависне променљиве	<i>F</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>Sig.</i>
Негативни економски утицаји	1,071	7	745	0,380
Негативни социо-културни утицаји	1,475	7	745	0,173
Негативни еколошки утицаји	1,522	7	745	0,156

Извор: Аутор

Према резултатима мултиваријационих тестова утврђено је да постоји статистички значајна разлика између група локалног становништва у зависности од тога коју врсту туризма подржавају у Врњачкој Бањи, у погледу дефинисане комбинације зависних променљивих (негативних економских, социо-културних и еколошких утицаја туризма у Бањи). Вредност *Wilks' Lambda* износи 0,813 и значајност је 0,000, док је *Partial Eta Squared* 0,067. Да постоји статистички значајна разлика показује и робуснији показатељ *Pillai's Trace* ($p=0,000$) (Табела 50).

Табела 50. Резултати мултиваријационих тестова – тестирање друге хипотезе

	<i>Value</i>	<i>F</i>	<i>Hypothesis df</i>	<i>Error df</i>	<i>Sig.</i>	<i>Partial Eta Squared</i>
<i>Pillai's Trace</i>	0,198	7,511	21,000	2235,000	0,000	0,066
<i>Wilks' Lambda</i>	0,813	7,595	21,000	2134,045	0,000	0,067
<i>Hotelling's Trace</i>	0,217	7,657	21,000	2225,000	0,000	0,067
<i>Roy's Largest Root</i>	0,121	12,861	7,000	745,000	0,000	0,108

Извор: Аутор

Приликом разматрања резултата зависних променљивих засебно, утврђује се да статистички значајна разлика (према Бонфаронијевом прилагођеном нивоу алфа од 0,017) постоји у погледу негативних социо-културних утицаја ($p=0,000$) и негативних еколошких утицаја ($p=0,000$). Овим се потврђују следеће појединачне хипотезе:

- Х2б: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.
- Х2в: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.

У случају негативних социо-културних утицаја туризма вредност *Partial Eta Squared* износи 0,089, што показује да подржаване врсте туризма објашњавају 8,9% варијансе негативних социо-културних утицаја туризма у Врњачкој Бањи. Када су у питању негативни еколошки утицаји, подржаване врсте туризма објашњавају 8,1% варијансе ових утицаја туризма у Врњачкој Бањи (Табела 51). Обе вредности *Partial Eta Squared* се класификују као средње вредности утицаја разлике (Cohen, 1988).

Табела 51. Резултати значајности разлике између група које подржавају различите врсте туризма и негативних утицаја туризма

Зависне променљиве	<i>Type III Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>Partial Eta Squared</i>
Негативни економски утицаји	14,031	7	2,004	2,089	0,043	0,019
Негативни социо-културни утицаји	66,903	7	9,558	10,439	0,000	0,089
Негативни еколошки утицаји	31,688	7	4,527	9,391	0,000	0,081

Извор: Аутор

Како би се приказале групе између којих постоје статистичке разлике, као и у претходном случају примењена је једнофакторска анализа *ANOVA* зависних променљивих које имају статистичку значајност у анализи *MANOVA*, односно оне које се односе на негативне социо-културне ($F(7, 745)=10,439$; $p=0,000$) и еколошке ($F(7, 745)=9,391$; $p=0,000$) утицаје туризма у Врњачкој Бањи. Када су у питању статистички значајне разлике (према Бонфаронијевом прилагођеном нивоу алфа од 0,017) поређењем помоћу *Tukey HSD* теста између група у погледу негативних социо-културних утицаја, утврђено је да оне постоје између испитаника који подржавају (Табела 52):

- здравствени туризам ($M=3,70$, $SD=0,93$) и рекреативни туризам ($M=3,05$, $SD=0,92$), где је $p=0,000$;
- здравствени туризам и културно-забавни ($M=3,35$, $SD=0,99$), $p=0,004$;

- здравствени туризам и спортски туризам ($M=3,01$, $SD=0,91$), $p=0,000$;
- конгресни туризам ($M=3,82$, $SD=1,05$) и рекреативни туризам, $p=0,000$;
- конгресни туризам и културно-забавни туризам, $p=0,004$;
- конгресни туризам и спортски туризам, $p=0,000$.

Табела 52. Средње вредности и стандардна девијација негативних социо-културних утицаја туризма према подржаваној врсти туризма у Врњачкој Бањи

	M	SD
Здравствени туризам*	3,70	0,93
Рекреативни туризам*	3,05	0,92
Конгресни туризам*	3,82	1,05
Културно-забавни туризам*	3,35	0,99
Излетнички туризам	3,45	0,93
Спортски туризам*	3,01	0,91
Омладински, ђачки туризам	3,45	1,11
Не подржавам развој туризма у Врњачкој Бањи	4,10	0,50
* $p<0,017$		

Извор: Аутор

Поређењем помоћу *Tukey HSD* теста у случају негативних еколошких утицаја туризма статистички значајне разлике су утврђене код испитаника који подршку дају излетничком туризму ($M=2,75$, $SD=0,54$) и оних који дају подршку осталим врстама туризма: здравственом ($M=4,17$, $SD=0,71$), $p=0,000$; рекреативном ($M=4,03$, $SD=0,71$), конгресном ($M=4,22$, $SD=0,69$), $p=0,000$; културно-забавном ($M=4,16$, $SD=0,66$), $p=0,000$; спортском ($M=4,13$, $SD=0,70$), $p=0,000$; омладинском ($M=3,87$, $SD=0,81$), $p=0,001$; и оних који не подржавају развој туризма ($M=4,13$, $SD=0,66$), $p=0,001$ (Табела 53).

Табела 53. Средње вредности и стандардна девијација негативних еколошких утицаја туризма према подржаваној врсти туризма у Врњачкој Бањи

	M	SD
Здравствени туризам*	4,17	0,71
Рекреативни туризам*	4,03	0,71
Конгресни туризам*	4,22	0,69
Културно-забавни туризам*	4,16	0,66
Излетнички туризам*	2,75	0,54
Спортски туризам*	4,13	0,70
Омладински, ђачки туризам*	3,87	0,81
Не подржавам развој туризма у Врњачкој Бањи*	4,13	0,66
* $p<0,017$		

Извор: Аутор

Вишеструка линеарна регресија примењена је у циљу испитивања хипотеза Х3, Х4 и њихових појединачних хипотеза. У случају доказивања хипотезе Х3, квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи постављена је као зависна променљива док су позитивни економски, социо-културни и еколошки утицаји туризма постављени као независне променљиве. На основу дијаграма *Normal P-P Plot* утврђено је да су тачке близу дијагоналне линије, што указује на то да нема великих одступања од нормалности. Дијаграм растурања стандардизованих резидуала *Scatterplot* показује да не постоје нетипичне тачке, што је такође потврђено и вредношћу *Mahalanobis Distance* (14,93). Између независних променљивих није уочена корелација већа од 0,7. Да не постоји мултиколинеарност потврђује и вредност *Tolerance* већа од 0,10 и *VIF* вредности мања од 10 (Табела 54).

Табела 54. Провера мултиколинеарности – позитивни утицаји туризма у Врњачкој Бањи

Независне променљиве	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Позитивни економски утицаји	0,646	1,548
Позитивни социо-културни утицаји	0,533	1,878
Позитивни еколошки утицаји	0,708	1,412

Извор: Аутор

Постављени модел (који обухвата позитивне економске, социо-културне и еколошке утицаје туризма у Врњачкој Бањи) објашњава 56,4% варијансе ($R^2=0,564$) квалитета живота локалног становништва проузрокованог развојем туризма у Врњачкој Бањи. Резултати показују да позитивни економски, социо-културни и еколошки утицаји туризма у Врњачкој Бањи могу успешно да предвиде зависну променљиву, односно квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи ($F=323,149$; $p=0,000$).

Ставови локалног становништва о позитивним економским ($B=0,237$) и социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи ($B=0,570$) имају статистички значајан ($p<0.005$) утицај на квалитет живота локалног становништва проузрокованим развојем туризма у Врњачкој Бањи. У случају ставова о позитивним економским утицајима корелација је умерена, позитивна и износи 0,585, док је у случају ставова о позитивним социо-културним утицајима корелација јака, позитивна и износи 0,725. Овим се потврђују следеће појединачне хипотезе:

- Х3а: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.
- Х3б: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

Предикторска варијабла позитивни еколошки утицаји има умерену, позитивну корелацију са квалитетом живота локалног становништва, ипак резултат није статистички значајан ($B=0,28$. $p=0,328$), због чега се одбацује хипотеза $H3в$: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма (Табела 55).

Табела 55. Резултати вишеструке регресије – позитивни утицаји туризма у Врњачкој Бањи

	β	t	Sig.	Корелација		
				Zero-order	Partial	Part
Позитивни економски утицаји	0,237	7,909	0,000	0,585	0,278	0,191
Позитивни социо-културни утицаји	0,570	17,240	0,000	0,725	0,533	0,416
Позитивни еколошки утицаји	0,028	0,979	0,328	0,421	0,036	0,024

Извор: Аутор

Како би се тестирала хипотеза $H4$, односно њене појединачне хипотезе, као независне варијабле сада су посматрани негативни економски, социо-културни и еколошки утицаји туризма у Врњачкој Бањи, док је квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи задржан као зависна варијабла. Дијаграм *Normal P-P Plot* указује на то да нема великих одступања од нормалности, док дијаграм растурања стандардизованих резидуала *Scatterplot* показује да не постоје нетипичне тачке. Да нетипичне тачке не постоје потврђује и вредност *Mahalanobis Distance* (14,09). Између независних променљивих није уочена корелација већа од 0,7. Као и у претходном случају, вредност *Tolerance* већа од 0,10 и *VIF* вредности мања од 10, доказују да није присутна мултиколинеарност (Табела 56).

Табела 56. Провера мултиколинеарности – негативни утицаји туризма у Врњачкој Бањи

Независне променљиве	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Негативни економски утицаји	0,797	1,254
Негативни социо-културни утицаји	0,995	1,005
Негативни еколошки утицаји	0,799	1,252

Извор: Аутор

Модел који обухвата негативне економске, социо-културне и еколошке утицаје туризма у Врњачкој Бањи објашњава 43,5% варијансе ($R^2=0,435$) квалитета живота локалног становништва проузрокованог развојем туризма у Врњачкој Бањи. На основу резултата уочава се да је модел статистички значајан ($F=192,075$; $p=0,000$), односно да негативни економски, социо-културни и еколошки утицаји туризма у Врњачкој Бањи могу успешно да предвиде зависну променљиву квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи.

Резултати вишеструке регресије показују да ставови локалног становништва о негативним економским ($B=0,433$; $p=0,000$) и еколошким ($B=0,340$; $p=0,000$) утицајима туризма у Врњачкој Бањи јесу статистички значајне предикторске варијабле када је у питању квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи. Корелација је умерена и позитивна и у случају ставова локалног становништва о негативним економским (0,583) и еколошким (0,534) утицајима туризма у Врњачкој Бањи. Како хипотеза Х4 и њене појединачне хипотезе претпостављају да негативни економски, социо-културни и еколошки утицаји негативно утичу на квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи, не може се рећи да су ове хипотезе у потпуности доказане. Доказано је да постоји утицај ставова локалног становништва о негативним економским и еколошким утицајима туризма на поменути квалитет живота, али не и да постоји негативна веза. Позитивна веза показује да већи степен слагања испитаног локалног становништва са негативним економским и еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи, одговара већем степену слагања са тврдњама о квалитету живота локалног становништва. Имајући ово у виду, може се закључити да су одбачене следеће хипотезе:

Х4а: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

Х4в: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.

Како је статистичка значајност за независну променљиву која се односи на негативне социо-културне утицаје већа од 0,005 ($B=-0,037$; $p=0,182$), није доказана појединачна хипотеза Х4б: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет проузрокован развојем туризма. Корелација ове независне променљиве је мала и негативна -0,023 (Табела 57).

Табела 57. Резултати вишеструке регресије – негативни утицаји туризма у Врњачкој Бањи

	β	t	$Sig.$	Корелација		
				<i>Zero-order</i>	<i>Partial</i>	<i>Part</i>
Негативни економски утицаји	0,433	14,064	0,000	0,583	0,457	0,386
Негативни социо-културни утицаји	-0,037	-1,337	0,182	-0,023	-0,049	-0,037
Негативни еколошки утицаји	0,340	11,076	0,000	0,534	0,375	0,304

Извор: Аутор

Проста линеарна регресија коришћена је у случају доказивања хипотезе Х5. Подршка за будући развој туризма у Врњачкој Бањи постављена је као зависна варијабла, док је квалитет живота проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи независна варијабла. Дијаграм *Normal P-P Plot* указује на то да нема великих одступања од нормалности, док дијаграм растурања стандардизованих резидуала *Scatterplot* и вредност *Mahalanobis Distance* (5,47) показују да не постоје нетипичне тачке.

Квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи може успешно да предвиди зависну променљиву, односно подршку локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи ($F=222,924$; $p=0,000$). Укупан проценат варијансе подршке локалног становништва за будући развој туризма у Врњачкој Бањи који је објашњен квалитетом живота проузрокованим развојем туризма у Врњачкој Бањи износи 22,9% ($R^2=0,229$).

Корелација од 0,478 између квалитета живота локалног становништва проузрокованим развојем туризма у Врњачкој Бањи и подршке за будући развој туризма у Врњачкој Бањи је умерена и позитивна ($B=0,478$; $p=0,000$). То значи да веће вредности, односно већи степен слагања испитаника са тврдњама о квалитету живота проузрокованим развојем туризма одговара већој подршци за будући развој туризма у Врњачкој Бањи (Табела 58). Оваквим резултатом доказује се хипотеза Х5: Квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма утиче позитивно на њихову подршку за будући развој туризма у Врњачкој Бањи.

Табела 58. Резултати просте линеарне регресије

	β	T	<i>Sig.</i>	Корелација
Квалитет живота проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи	0,478	14,931	0,000	0,478

Извор: Аутор

2.4. Дискусија резултата

Врњачка Бања развија здравствени туризам већ више од 150 година, због чега не изненађује чињеница да највећи број испитаног локалног становништва подршку даје овој врсти туризма. Здравствени туризам се у дестинацијама најпре развијао на бази просторних карактеристика, односно присуства природних лековитих фактора. Данас, представља један од најпопуларнијих и најдинамичнијих врста савременог туризма, који се развија диверзификацијом производа, укључивањем медицинских услуга, континуираним иновацијама и увођењем напредне технологије (Jónás Berki *et al.*, 2015). Локално становништво је пружањем подршке здравственом туризму, показало да увиђа значај ове врсте туризма за Врњачку Бању, односно да препознаје да је здравствени туризам приоритетна врста туризма. Здравствени туризам утиче на запосленост не само кадрова у угоститељству и туризму, већ и медицинских радника и

утиче на повећање квалитета здравствених услуга, које може користити и локално становништво. Истраживање Kharisma и Muni (2017) показује да производ здравственог туризма може бити атрактиван туристима онда када се базира на јединственом знању локалне заједнице, њиховим начинима лечења и очувања здравља, који припадају њиховој традицији и култури. Пример за то може бити учешће локалне заједнице кроз познавање локалног лековитог биљака и гљива и његове примене и употребе у циљу лечења. С тим у вези може се рећи да креирање понуде здравственог туризма може бити и у складу са традицијом и културом локалне заједнице, како би се постигла јединственост у понуди.

Поред здравственог туризма, приказани резултати истраживања ове докторске дисертације показују да значајну подршку локално становништво даје и културно-забавном туризму. Према Destefanis *et al.* (2020) културни туризам може имати двоструки позитивни ефекат на квалитет живота локалног становништва, а то је економска добробит и развој културе, због чега је локално становништво спремно да подржи ову врсту туризма. У њиховом истраживању долази се до закључка да је за стварање понуде културног туризма поред адекватних ресурса, неопходна мотивација локалног становништва да учествују у том стварању. Истраживање Wu *et al.* (2020) показује да културни туризам може повећати свест локалног становништва о очувању и заштити културног наслеђа. Поред културних атракција, део културног туризма може бити и свакодневни живот локалне заједнице (Richards, 2007), због чега је њихова подршка овој врсти туризма круцијална. Туризам забаве укључује бројне садржаје и атракције забавног карактера попут концерата, плеса, музичких фестивала, ноћног провода, коцкања, тематских паркова, циркуса и друго. Индустрија забаве поприма све већи значај на светском и туристичком тржишту, и туризам забаве се посматра као један растући тренд (Luo *et al.*, 2019). Садржаје забаве користе како туристи, тако и локално становништво, што представља разлог више због којег локално становништво жели да подржи овакву понуду дестинације. Поједини садржаји културно-забавног туризма попут музичких фестивала, концерата, ноћног провода, могу довести до повећане гужве, буке и других негативних ефеката у дестинацији, што може утицати и на незадовољство код локалног становништва. Истраживања о ставовима локалног становништва Врњачке Бање о највећим манифестацијама ове дестинације показују да су задовољни одржавањем „Међународног Врњачког карневала” (Ђорђевић *et al.*, 2021) и музичког фестивала „Lovefest” (Podovac *et al.*, 2020). Поред тога, локално становништво Врњачке Бање сматра да „Међународни Врњачки карневал” остварује више позитивних утицаја у дестинацији (Milićević *et al.*, 2020), док су за музички фестивал „Lovefest” оценили да остварује више негативних од позитивних утицаја у дестинацији (Ђорђевић *et al.*, 2021a).

Значајну подршку од стране локалног становништва Врњачке Бање добио је и спортски туризам. Како *UNWTO* (2022в) наводи спорт и туризам су комплементарни, док спортски догађаји попут Олимпијских игара, светских такмичења и других спортских догађаја су све популарнији разлози путовања. Овај вид туризма доноси економски просперитет заједници, унапређење инфраструктуре и повећане могућности за

рекреативне активности. Резултати емпиријских истраживања показују да перцепције локалног становништва о спортском туризму зависе од тога колико користе објекте за рекреацију (Fredline, 2005). Спортски туризам Врњачке Бање не подразумева организацију мега спортских догађаја, док се такмичења регионалног, националног, па чак и међународног нивоа организују, што привлачи пажњу туриста. Подршка спортском туризму може проистацати из тога што спортски догађаји и објекти представљају разлог окупљања локалног становништва, и могу бити део њиховог идентитета и имиџа (Herbold *et al.*, 2020).

Захваљујући бројним хотелима који у свом саставу имају сале са пратећом опремом за организацију пословних састанака, у Врњачкој Бањи се конгресни туризам развија већ дуже време и поприма облик традиционалне врсте туризма. О овој врсти туризма се говори као једном од начина за продужење туристичке сезоне, што може обезбедити целогодишњу запосленост локалног становништва. Тражњу у конгресном туризму чине пословни туристи, што може привући додатне инвестиције и развој предузетништва. Пословни туристи се често описују као туристи који више троше од осталих и користе услуге луксузних хотела. Иако може привући велики број туриста у дестинацију, конгресни туризам се не доводи често у везу са негативним последицама туризма (Šušić & Мојјіс, 2014). Све наведене користи ове врсте туризма, могу бити разлози због којих локално становништво даје значајну подршку конгресном туризму.

Здравствени туризам, спортски туризам и конгресни туризам Врњачке Бање допуњује рекреативни туризам. Подршка коју испитано локално становништво пружа овој врсти туризма није занемарљива. Као и код претходних врста туризма, садржај намењен рекреативном туризму, користиће и локалном становништву, због чега не недостаје подршка овој врсти туризма. С друге стране значајно мању подршку од стране анкетираног локалног становништва Врњачке Бање добио је излетнички и омладински односно ђачки туризам. Ове врсте туризма се више могу посматрати као последица целокупног развоја туризма, на основу којих могу да се остваре додатни приходи, али и додатни притисци на животну средину.

Локално становништво нема хомогене ставове по питању развоја туризма, што често доводи до супротстављених ставова када се разматра будући развој туристичке дестинације (Gursoy *et al.*, 2019; Karytsas *et al.*, 2019; Tournois & Djerić, 2019). Истраживање ставова локалног становништва Врњачке Бање показује да имају позитиван став када су у питању позитивни економски утицаји где се као најпозитивнији утицаји издвајају већа инвестициона улагања и развој предузетништва у дестинацији, допринос повећању личних прихода локалном становништву и стварању нових радних места за локално становништво дестинације. Исти утицаји су на основу испитивања локалног становништва града Шираз у Ирану издвојени као најпозитивнији економски утицаји у студији Aref *et al.* (2009), као и у студији Karytsas *et al.* (2019), у оквиру које су испитивани ставови локалног становништва града Анависоса у Грчкој. Такође, слични резултати (туризам утиче на запосленост, пораст инвестиционих активности, подстиче предузетништво, ствара економски раст и

слично) приказани су у истраживањима Perez и Nadal (2005) приликом испитивања ставова локалног становништва о туризму на Балеарским острвима у Шпанији и Martín *et al.* (2020) који су испитивали ставове локалног становништва острва Гран Канарија у Шпанији. Студија у оквиру које су анализирани ставови само о економским утицајима у Врњачкој Бањи показује такође да је локално становништво сагласно да туризам остварује више позитивних економских утицаја од негативних економских утицаја (Ђорђевић & Милићевић, 2021). Генерално, велики је број студија које потврђују да локално становништво позитивно оцењује економске утицаје туризма (Bakri *et al.*, 2014, Jehan *et al.*, 2022, Prasad & Kumar, 2022; Choi, 2014).

Како Gill (2015) истиче да се економски утицаји најпре уочавају као позитивни, док се социо-културни и еколошки утицаји више уочавају као негативни. У овој студији локално становништво је позитивне социо-културне утицаје оценило нижом средњом оценом у односу на позитивне економске утицаје, што донекле може указати на уочену разлику у истраживању. Иако постоји ова разлика у оцени позитивних социо-културних утицаја туризма у Врњачкој Бањи у односу на позитивне економске утицаје, локално становништво је сагласно са тим да туризам остварује позитивне социо-културне утицаје. Тако је и истраживање аутора Choi (2014) спроведено у Јужној Кореји показало да локално становништво перципира позитивно економске и социо-културне утицаје туризма. Као и у претходно спроведеном истраживању о ставовима локалног становништва Врњачке Бање о социо-културним утицајима на узорку од 110 испитаника, 2020 године (Ђорђевић & Милићевић, 2020a), резултати истраживања приказаних у овој дисертацији показују да локално становништво као три најпозитивнија социо-културна утицаја издваја то што туризам доприноси стварању услова за забаву и разоноду, унапређује имиџ локалног становништва и побољшава квалитет одређених услуга и садржаја. Да је локално становништво сагласно са тим да туризам унапређује квалитет јавних објеката и услуга показало је истраживање аутора Mbaiwa (2005), као и да унапређује имиџ локалног становништва (Jaafar *et al.*, 2017).

Локално становништво Врњачке Бање нема јасно дефинисан став по питању позитивних еколошких утицаја. Оцењени су нижом оценом у односу на позитивне економске и социо-културне утицаје у Врњачкој Бањи, што је показало и истраживање Choi (2014) спроведено у Јужној Кореји. Студија о ставовима локалног становништва Врњачке Бање о еколошким утицајима, на узорку од 120 испитаника, спроведена 2020. године (Ђорђевић & Милићевић, 2020) такође је показала да локално становништво нема јасно дефинисан став по питању позитивних еколошких утицаја. У истраживању спроведеном у Гани, аутора Amuquandoh (2010) истиче се да локално становништво има позитиван став по питању еколошких утицаја, где се као најпозитивнији утицај издваја то да туризам утиче на улепшавање простора и заштиту животне средине. С друге стране у истраживању ове докторске дисертације се као најпозитивнији еколошки утицај истиче то да туризам утиче на заштиту природно-лековитих фактора. Међутим, средња оцена овог утицаја можда јесте највећа у односу на остале утицаје, ипак она говори да није јасно дефинисан став локалног становништва по питању заштите природно-лековитих фактора.

Како је приказано у резултатима истраживање ове дисертације, локално становништво Врњачке Бање изразило је већу сагласност са негативним утицајима туризма, него са позитивним. Као и у студији Ђорђевић и Милићевић (2021) повећање цена некретнина, добара и услуга услед развоја туризма издваја се као најнегативнији економски утицај. Да туризам утиче на повећање цена у дестинацији показала су бројна друга истраживања (Perez & Nadal, 2005; Tosun, 2002; Huh & Vogt, 2008; Weaver & Lawton, 2001). Студија аутора Marzuki (2012) у којој су анализирани ставови локалног становништва острва Пукет на Тајланду је показала да је становништво сагласно да туризам остварује више позитивних економских утицаја од негативних. Ипак, и у овој студији се као најнегативнији економски утицај издваја то да туризам утиче на повећање цена земљишта и станова и повећава трошкове живота локалног живота. Истраживање Akis *et al.* (1996) показало је да је локално становништво Кипра сагласно са тим да туризам ствара ниско плаћена радна места и повећава износ пореза.

Неадекватна туристичка политика и планирање и недостатак знања у управљању туризмом туристичке дестинације доводе до бројних последица, од којих се често истичу негативни социо-културни утицаји. Резултати студије аутора Singla (2014), чији је фокус анализа ставова локалног становништва града Џајпур у Индији, показали су да становници овог града сматрају да због туризма долази до пропадања културних ресурса и до пада квалитета и смањеног приступа јавним услугама. Слични резултати добијени су у овој докторској дисертацији, јер је локално становништво по питању негативних социо-културних утицаја сагласно да туризам доводи до ограниченог приступа одређеним производима и услугама на јавним местима у сезони, као и да угрожава идентитет и културу локалне заједнице. Поред тога, локално становништво Врњачке Бање сматра да туризам доводи до промена у понашању локалног становништва што су и резултати студије аутора Gnanapala и Sandaruwani (2016). Истраживање поменутих аутора спроведено у Шри Ланци показало је да је локално становништво сагласно да туризам остварује позитивне, али и негативне социо-културне утицаје који се огледају у промени стила живота младих, јер доводи до повећане употребе алкохола и цигарета. Локално становништво Врњачке Бање оценило је нижом оценом негативне у односу на позитивне социо-културне утицаје, што говори о томе да сматрају да туризам остварује више позитивних социо-културних утицаја. Нешто другачији резултат приказан је у истраживању Ђорђевић и Милићевић (2020а), када је локално становништво показало да сматра да туризам у Врњачкој Бањи више остварује негативне од позитивних социо-културних утицаја. Још једно истраживање које показује различите ставове локалног становништва по питању социо-културних утицаја је истраживање аутора Zamani-Farahani и Musa (2012). У овом истраживању ставови локалног становништва о социо-културним утицајима се посматрају у зависности од њихове религиозности и резултати су показали да имају углавном позитиван став о овим утицајима, осим у случају негативних утицаја туризма на вандализам, криминал, повећану употребу дроге и алкохола, за које немају јасно дефинисан став. Аутори Deery *et al.* (2005) такође истичу проблеме изазване туризмом попут проституције, криминала, употребе дроге и алкохола. Да локално становништво

изражава забринутост у вези негативних социо-културних утицаја истиче се и у истраживању о ставовима локалног становништва у националним парковима Србије (Brankov *et al.*, 2019).

Емпиријско истраживање ове докторске дисертације показало је да се као најнегативнији утицаји туризма издвајају загађивање ваздуха и воде, као и гужва која се јавља у дестинацији. Да у периоду сезоне долази до огромних гужва у дестинацији показала је и претходно спроведена студија Ђорђевић и Милићевић (2020), као и студије Andereck *et al.* (2005), Gursoy *et al.* (2002) и Fredline (2006). У раду Aref *et al.* (2009) као негативни еколошки утицаји које уочава локално становништво поред гужве у дестинацији су и бука и загађење ваздуха и уништавање природне средине. Гужва у дестинацији, бука и загађење ваздуха су издвојени као најнегативнији еколошки утицаји и у раду Mohammadi *et al.* (2010). Студије показују да локално становништво има негативан став према томе како туризам утиче на дивљи животињски свет и изглед дестинације (Andereck *et al.*, 2005; Gursoy *et al.*, 2002; Huh & Vogt, 2008). Анкетирано локално становништво Врњачке Бање је највећу сагласност изразило поводом негативних еколошких утицаја. Супротно овим резултатима постоје истраживања у оквиру којих локално становништво није исказало сагласност са негативним еколошким утицајима туризма (Nyaupane & Thapa, 2006; Scholtz, 2014; Cañizares *et al.*, 2014).

Иако локално становништво сматра да туризам ствара негативне еколошке утицаје у Врњачкој Бањи, с друге стране они су сагласни са тим да туризам унапређује њихов квалитет живота, нарочито квалитет провођења слободног времена. Aref (2011) у свом истраживању такође долази до закључка да туризам позитивно утиче на квалитет живот локалног становништва. Исти резултати приказани су и у другим истраживањима (Jeon *et al.*, 2016; Meng *et al.*, 2010; Woo, 2013; Woo *et al.*, 2015). Поред тога што туризам утиче генерално на квалитет живота локалног становништва, студија Lipovčan *et al.* (2014) указала је на то да је квалитет туристичке дестинације повезан са животним задовољством и срећом становника. Cecil *et al.* (2008) долазе до закључка да конкретно културни туризам доводи до већег квалитета живота. Под претпоставком да конкурентност туристичке дестинације доводи до већег социо-економског благостања спроведено је истраживање аутора Chin и Hampton (2020) на Балију, Индонезија. Закључак је да конкурентност туристичке дестинације не утиче у потпуности на квалитет живота становништва овог острва. С друге стране, студија Jeon *et al.* (2016) показала је да квалитет живота локалног становништва може бити под утицајем њихових ставова о одрживом развоју туризма. У оквиру анализе квалитета живота локалног становништва бање Харкањ у Мађарској (на узорку од 291 испитаника) и бање Орошхаза у Мађарској (на узорку од 500 испитаника) аутори су дескриптивном статистичком анализом закључили да туризам није битно унапредио квалитет живота локалног становништва (Michalkó *et al.*, 2011; Michalkó *et al.*, 2013).

Како је већ више пута истакнуто, да би туризам био у складу са принципима одрживог развоја неопходно је да има подршку свих стејкхолдера. Ипак, потребно је нагласити

недвосмислено да ли се та подршка односи на свеукупни развој туризма или конкретно одрживи развој туризма. Ставови локалног становништва о подршци за будући развој туризма у Врњачкој Бањи су позитивни, а поред тога охрабрује чињеница да се подршка упућује најпре одрживом развоју туризма. Резултати истраживања Jun *et al.* (2016) у оквиру којег је анкетирано локално становништво округа Му Си, на Тајланду такође показују да локално становништво даје подршку одрживом развоју туризма. Поред тога, резултати показују да локално становништво има развијену еколошку свест, јер изражава сагласност са тим да мора најпре да се заштити природа и дивљи животињски свет и да то постане приоритет који ће се увек поштовати. Претпоставка је да уколико локално становништво има развијену еколошку свест неће дати подршку за развој туризма (Gursoy *et al.*, 2002). Иако у истраживању ове докторске дисертације није посебно мерена еколошка свест локалног становништва, кроз њихове ставове о позитивним и негативним еколошким утицајима може се приметити да она не изостаје. То може бити разлог зашто се у оквиру свеукупне подршке за развој туризма у Врњачкој Бањи истиче то да највећу средњу вредност има тврдња која се односи на одрживи развој туризма.

Истраживање Del Chiappa & Melis (2015) показало је да иако позитивно перципирају утицаје одређене врсте туризма, локално становништво не мора искључиво тој врсти да даје приоритетну подршку за будући развој. С друге стране, у овој докторској дисертацији уочено је да у зависности од врсте туризма које локално становништво подржава, њихови ставови о туризму се могу разликовати. Статистичком методом *MANOVA* је анализирана разлика између ставова локалног становништва о позитивним и негативним утицајима туризма у зависности од тога коју врсту туризма подржавају. Резултати показују да статистички значајне разлике постоје. Разлика је најпре утврђена код ставова о позитивним социо-културним утицајима између група локалног становништва које подржавају здравствени туризам и конгресни туризам. Једнофакторском анализом *ANOVA* уочено је да они који подржавају здравствени туризам оцењују боље позитивне социо-културне утицаје развоја туризма од оних који подржавају конгресни туризам. Овакав резултат може бити последица тога да здравствени туризам даје велики и значајан допринос развоју здравствених објеката и услуга, које може користити локално становништво.

Поред тога, статистичке значајне разлике у зависности од подржане врсте туризма су уочене и у погледу ставова о негативним социо-културним утицајима и негативним еколошким утицајима. Примећује се да они који су подршку дали спортском, рекреативном и културно-забавном туризму имају мањи степен слагања са тим да туризам остварује негативне социо-културне утицаје од оних који подржавају здравствени и конгресни туризам. У Врњачкој Бањи здравствени и конгресни туризам више привлачи туристе зрелије и старије доби, док рекреативни, спортски и културно-забавни више укључује млађу популацију. Тиме се може доћи до закључка да они који подржавају врсте туризма које су актуелне млађој популацији, нису довољно свесни негативних социо-културних последица туризма.

Интересантно је да се ставови оних који подржавају излетнички туризам разликује од ставова осталих у погледу негативних еколошких утицаја. Група локалног становништва која је подршку дала излетничком туризму изразила је знатно мању сагласност са негативним утицајима туризма, за разлику од осталих анкетираних. У оквиру излетничког туризма најчешће се говори о посетама туристичким дестинацијама које се налазе у близини рецептивних. Током празника или одређених дешавања у туристичкој дестинацији ова врста туризма може знатно повећавати притиске на дестинацију у одређеном, најчешће кратком, временском периоду. Имајући у виду овакву претпоставку, не изненађује чињеница да локално становништво које подржава овај вид туризма није довољно свесно негативних еколошких последица развоја туризма.

Резултати примењене вишеструке линеарне регресије показали су да ставови локалног становништва о свеукупним позитивним економским и социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма. Да на квалитет живота локалног становништва утичу ставови о позитивним утицајима туризма показало је и истраживање Woo *et al.* (2015). Аутори Yu *et al.* (2011) су у свом истраживању дошли до закључка да ставови о позитивним социо-културним и еколошким утицајима утичу на квалитет живота локалног становништва. Студија Jeon *et al.* (2016) показала је да на квалитет живота локалног становништва утичу позитивно ставови о позитивним економским и еколошким утицајима, али и ставови о негативним социо-културним утицајима. Да ставови о негативним утицајима туризма имају позитивну корелацију са квалитетом живота локалног становништва показало је и истраживање ове докторске дисертације. Конкретно, ставови локалног становништва о свеукупним негативним економским и негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма, али не негативно као што је то показала студија Ko и Stewart (2002). Овакав резултат се може објаснити тиме да је локално становништво свесно негативних последица које туризам у Врњачкој Бањи остварује, али да генерално туризам још увек остварује позитиван утицај на њихов квалитет живота. Такође, овакав резултат може објаснити чињеницу да још увек антагонизам код локалног становништва Врњачке Бање није изражен као у неким другим дестинацијама где је присутан *прекомерни туризам* (на пример: претходно анализирани дестинације *прекомерног туризма*, Венеција и Барселона).

Проста линеарна регресија показала је да квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма у Врњачкој Бањи утиче на њихову подршку будућем развоју туризма у овој дестинацији, као што је то доказано и у студији Woo *et al.* (2015). Чињеница да локално становништво, које изражава већу сагласност са тим да туризам утиче позитивно на њихов квалитет живота, даје већу подршку за будући развој туризма није изненађујућа и представља логичан закључак да ће локално становништво желети да подржи развој који остварује позитиван утицај на њихов квалитет живота. У Табели 62. сумирано је које су хипотезе потврђене или делимично потврђене, а које се одбацују, на основу истраживања приказаног у овој дисертацији.

Табела 59. Потврђеност истраживачких хипотеза

Х: Ставови локалног становништва о квалитету њиховог живота формирају се под утицајем развоја туризма у Врњачкој Бањи.	
X1: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.	Делимично потврђена
X1а: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.	Није потврђена
X1б: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.	Потврђена
X1в: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним позитивним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.	Није потврђена
X2: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.	Делимично потврђена
X2а: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.	Није потврђена
X2б: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.	Потврђена
X2в: Постоји разлика у ставовима локалног становништва о свеукупним негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи у зависности од врсте туризма коју подржавају.	Потврђена
X3: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.	Делимично потврђена
X3а: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.	Потврђена
X3б: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.	Потврђена
X3в: Ставови локалног становништва о свеукупним позитивним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу позитивно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.	Није потврђена
X4: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.	Није потврђена

Табела 59. Наставак

X4a: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним економским утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.	Није потврђена
X4б: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним социо-културним утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет проузрокован развојем туризма.	Није потврђена
X4в: Ставови локалног становништва о свеукупним негативним еколошким утицајима туризма у Врњачкој Бањи утичу негативно на њихов квалитет живота проузрокован развојем туризма.	Није потврђена
X5: Квалитет живота локалног становништва проузрокован развојем туризма утиче позитивно на њихову подршку за будући развој туризма у Врњачкој Бањи.	Потврђена

Извор: Аутор

2.4.1. Теоријске импликације

Систематизацијом сазнања о одрживом развоју туризма и туристичкој дестинацији као основној јединици посматрања у туризму, приказан је шири теоријски оквир којем припада изузетно важна тема за изучавање у туризму, испитивање ставова локалног становништва о развоју туризма. Овим је детаљно указано на значај и сложеност разумевања ове теме, као и на то да постоји потреба најпре разумевања комплексности туризма као система, одрживог развоја туризма и туристичке дестинације. Овакав приступ додатно ће допринети теоријском разумевању захтевности теме и потребе свеобухватног сагледавања сложености ширег система у којем се ставови локалног становништва креирају. У литератури се често нејасно преплићу сазнања о одрживом развоју, одрживом развоју туризма и одрживом развоју туристичке дестинације, због чега је допринос ове докторске дисертације то што дели ова сазнања на поменуте категорије и описује их са циљем веће конкретизације одрживог развоја у контексту туризма и туристичке дестинације.

Детаљна анализа функције, значаја и улоге локалног становништва, као и модела и скала за мерење утицаја туризма на локално становништво туристичке дестинације, доприноси обogaћивању знања о овој теми, која се у страној литератури све чешће базира на емпиријским верификацијама ових ставова и оцењивању утицаја. Наглашавањем кључне улоге коју локално становништво има у развоју туристичке дестинације описује се *теорија социјалне размене*, чиме се проширују сазнања о овој теорији, како кроз теоријски оквир ове докторске дисертације тако и путем емпиријског истраживања. Додатно се на ову, често коришћену *теорију социјалне размене*, надовезује и *теорија која се односи на утицаје стејкхолдера*, чиме се проширује концепт посматрања ставова локалног становништва о развоју туризма. Истицањем *теорије која се односи на утицаје стејкхолдера* још једном се наглашава да је потребно посматрати шири концепт стварања ставова локалног становништва о развоју туризма,

услед интеракције свих стејкхолдера и појава у систему туризма. Овим се још једном потврђује да је потребно на овај начин проширити теоријски оквир посматрања ове теме. Такође, шира проблематика посматрања ставова локалног становништва о развоју туризма приказана је разматрањем појмова *туристификације, прекомерног развоја туризма, смањеног раста туризма* и разматрањем различитих врста туризма.

У докторској дисертацији су обједињена сазнања о утицајима туризма, њиховој класификацији и идентификацији. Детаљно су описани могући утицаји туризма, али је указано и на то да треба опрезно приступати њиховом уочавању, јер постоје проблеми у томе, који су свеобухватно приказани детаљним прегледом доступне литературе.

Испитивање ставова локалног становништва о утицајима туризма у дестинацији је већ дуже време актуелна тема у странијој литератури, док у домаћој постоји мали број научних радова на ову тему, а посебно на примерима бањских дестинација. Према сазнањима аутора постоје свега два истраживања о ставовима локалног становништва о квалитету живота проузрокованим развојем туризма у бањским дестинацијама Мађарске (Michalkó *et al.*, 2011; Michalkó *et al.*, 2013). У оквиру истраживања се не укључују позитивни и негативни утицаји развоја туризма нити доказивање веза између утицаја туризма и квалитета живота локалног становништва, већ се дескриптивном статистиком анализирају ставови локалног становништва о квалитету живота који настаје услед развоја туризма. Такође, међу постојећом литературом не постоје истраживања ставова локалног становништва о туризму и њиховом квалитету живота на примерима бањских дестинација у Србији. Стога, оригиналност докторске дисертације се огледа у томе што је циљ био да се испитају ставови локалног становништва о утицајима туризма у најпосећенијој бањској дестинацији Србије – Врњачкој Бањи. Посебно се оригиналност докторске дисертације истиче у томе што се туризам Врњачке Бање посматра у контексту *прекомерног туризма*, чијим је утицајима ова бањска дестинација изложена. Такође, истраживање је јединствено јер укључује испитивање разлика између ставова локалног становништва о утицајима у зависности од тога коју врсту туризма у дестинацији подржавају.

Предложени модел докторске дисертације може бити полазна основа за даља истраживања, који се може проширити на анализу утицаја туризма на учешће локалног становништва у процесу одлучивања у туризму. Резултати истраживања могу послужити за компаративну анализу ставова локалног становништва у бањским дестинацијама, али и другим дестинацијама попут градова, планина, националних паркова и друго. Такође, резултати се могу искористити за поређење у циљу испитивања промена у ставовима локалног становништва у Врњачкој Бањи током одређеног временског периода и истражити факторе који би могли утицати на то.

Докторска дисертација доприноси обogaћивању домаће научне литературе, пре свега проширивањем сазнања о ставовима локалног становништва о утицајима туризма у дестинацији. Пружа сазнања и о ставовима локалног становништва о туризму и њиховом квалитету живота у бањској дестинацији. Такође, предложени истраживачки

модел даје теоријски допринос у проучавању ставова локалног становништва о туризму са аспекта врсте туризма у дестинацији. Резултати емпиријског истраживања докторске дисертације показују да ли постоје разлике у ставовима локалног становништва о позитивним и негативним утицајима туризма у зависности од тога коју врсту туризма у дестинацији подржавају, што има посебне научне импликације имајући у виду да је ово јединствен начин посматрања разлика у ставовима локалног становништва о утицајима туризма у дестинацији.

2.3.2. Практичне импликације

У докторској дисертацији се недвосмислено указује на неопходност примене принципа одрживог развоја у туризму, што би стејкхолдере у туризму требало да мотивише, јер одрживи развој представља истовремено решење за постизање дугорочне конкурентности. Сазнања о одрживом развоју се могу искористити за подизање еколошке свести свих стејкхолдера у туризму. Креаторима туристичких планова и туристичке политике може бити корисно то што је приказана примена одрживог развоја у туризму, проблеми, као и које врсте туризма су компатибилне са одрживим развојем.

Истицањем функције и значаја локалног становништва може помоћи да овај стејкхолдер постане свеснији своје позиције у туризму. Такође, сагледавањем начина учешћа локалног становништва у туризму, може утицати на то да стејкхолдери имају веће разумевање да локално становништво може имати и двоструке улоге у туризму, што даље може променити њихове ставове о туризму.

Приказана анализа туризма Врњачке Бање може бити полазна основа за планирање у туризму и израду стратешких докумената. Детаљно је описана Врњачка Бања као туристичка дестинација што се даље може искористити за израду стручних публикација и неке будуће процене развоја природних и друштвених ресурса туризма. Јасно су уочене и анализирани снаге и слабости из интерног окружења и шансе и опасности из екстерног окружења Врњачке Бање. Тиме је дат увид у тренутно стање развоја туризма што представља полазну тачку за доношење будућих одлука о развоју туризма овог места. Истакнути су инфраструктурни проблеми, али и други проблеми који се тичу туризма што може помоћи доносиоцима одлука у њиховом отклањању, али и осталим стејкхолдерима да буду свеснији тренутног стања развоја туризма.

Важна практична импликација ове докторске дисертације је то што указује на опасност *прекомерног туризма* у Врњачкој Бањи. Приказом односа броја локалног становништва и броја туриста који посећује ово место, уочава се да је број туриста већи као у неким дестинацијама код којих се идентификује *прекомерни туризам*. Емпиријским истраживањем је уочено да је локално становништво сагласно са тим да туризам у Врњачкој Бањи доводи до негативних утицаја, нарочито еколошких. То указује да је неопходно санирати такве негативне последице *прекомерног туризма*. У дисертацији се указује на могућности и потребу за одрживим развојем у Врњачкој Бањи, што се исто

тако може искористити за даља разматрања примене овог начина развоја туризма у Бањи.

Анализа туризма Врњачке Бање и резултати емпиријског истраживања докторске дисертације могу се искористити у циљу будућег планирања одрживог развоја туризма ове дестинације, нарочито ради креирања стратегија одрживог развоја. Поред тога, практичне импликације се огледају у томе да истраживање доприноси бољем разумевању односа локалног становништва према развоју туризма у дестинацији – каквих су ставова о утицајима туризма и на који начин ови ставови утичу на перцепцију о квалитету њиховог живота. Менаџменту туристичке дестинације ће зарад планирања будућих стратегија развоја туризма, бити од значаја сазнање о томе да ли се ставови локалног становништва о свеукупним утицајима туризма разликују у зависности од тога коју врсту туризма подржавају. Овакво одређени ставови могу бити важно сазнање о томе да ли локално становништво које пружа подршку одређеној врсти туризма уочава или не уочава последице развоја туризма. Битна информација за субјекте који се баве организацијом туристичких активности и управљањем туристичког развоја Врњачке Бање јесте и којој врсти туризма локално становништво даје највећу подршку. Истраживање даје сазнања и о квалитету живота локалног становништва који се посматра као резултат развоја туризма у дестинацији. Важно за будуће планирање туризма Врњачке Бање је сазнање о томе колико је локално становништво спремно да подржи будући развој туризма у Врњачкој Бањи и да ли та подршка зависи од квалитета њихових живота који је проузрокован развојем туризма.

ЗАКЪУЧАК

ЗАКЉУЧАК

Разматрање ставова локалног становништва туристичке дестинације о утицајима туризма део је концепта одрживог развоја туризма. Овај концепт се не односи на појаву нове врсте туризма, већ на нови начин развоја туризма. Његова појава проистиче из потребе да се спрече негативни ефекти човекових активности на природне и друштвене вредности животне средине. Одрживи развој настао је као одговор на загађење животне средине, неједнаку расподелу ресурса и њихово прекомерно коришћење, угрожавање опстанка биљних и животињских врста, али и угрожавања живота самог човека. Подразумева промене развојног концепта свих привредних делатности, нарочито оних индустрија које највише доприносе стварању негативних утицаја на животну средину, као и промене свакодневних човекових активности. Приликом анализе одрживог развоја најпре се уочава прецизност у терминолошком смислу, јер *одрживо* јасно асоцира на трајност, односно на чување ресурса за будуће генерације, а да се тиме не искључује *развој*, односно просперитет и напредак. Последице на животну средину до којих човек може да доведе, примећене су још у доба старих цивилизација. Ипак, много времена је протекло док је идеја о одрживом развоју заживела. Одрживи развој је популаризован у 20. веку, али оно што забрињава је да се напредак бележи малим корацима, док с друге стране негативне последице попримају све озбиљнији облик испољавања.

Имајући наведено у виду, јасно је да туризам као привредна делатност мора да учествује у одрживом развоју. Унапређење квалитета живота локалног становништва туристичке дестинације намеће се као кључни позитивни утицај туризма, који треба искористити за постизање глобалних циљева одрживости. Као што је већ истакнуто у докторској дисертацији, квалитет живота обухвата више аспеката живота и околине. Побољшање ове вишедимензионалне појаве означава унапређење благостања, здравља, заштите и очуваности животне средине, као и економски и друштвени просперитет. Сложеност система туризма доводи до сложености у примени принципа одрживог развоја туризма. Промене су неопходне у оквиру свих елемената туризма, у самом односу између елемената и у односу елемената система туризма и окружења. Иако постоје напори да се адекватно дефинише одрживи развој туризма, неопходна је већа конкретизација приликом анализирања одрживог развоја туризма у складу са специфичностима у туризму. Такође, у пракси се могу срести иницијативе и напори који воде одрживом развоју туризма, али се не може говорити о потпуном преображају туристичког развоја у одрживи развој. Идеја о неопходним променама у систему туризма зарад примене принципа одрживог развоја може остати на нивоу теорије уколико се не пружи јасна детаљна упутства свим стејкхолдерима у туризму, о томе како треба деловати да би се постигли циљеви одрживог развоја.

Иако туристичка дестинација не представља ни најужу, као ни најширу слику посматрања система туризма, за туристичку дестинацију можемо рећи да представља основну јединицу посматрања у туризму, јер се систем туризма најбоље уочава на

нивоу туристичке дестинације. Туристичку дестинацију одликују бројне специфичности и елементи, који отежавају њено дефинисање. На тржишту се може посматрати као производ који пролази кроз различите фазе животног циклуса. У том смислу, туристичка дестинација представља резултат интеграције свих елемената туристичке понуде, али и осталих елемената и појава из њеног интерног и екстерног окружења. Због тога се закључује да управљање туристичком дестинацијом као производом на тржишту, представља комплексан изазов за менаџмент туристичке дестинације.

Од тога како се планира туризам у дестинацији, како је дефинисана туристичка политика, зависи и конкурентност туристичке дестинације. Предуслов за дугорочну конкурентску предност туристичке дестинације је одрживи развој туризма, али и свеукупни одрживи развој дестинације. Комплексност туристичке дестинације условила је појаву сложених модела мерења конкурентности, који захтевају велику базу података и бројна мерења у пракси како би били потпуно и адекватно примењени. У циљу постизања конкурентности на тржишту, дестинације морају да обезбеде добар тржишни наступ, из чега проистиче важност маркетинг менаџмента туристичке дестинације. Традиционално је циљ маркетинг менаџмент био повећање броја туриста и прихода, док савременији приступ подразумева маркетинг који као приоритет поставља одрживи развој туризма, како би се спречила појава негативних утицаја.

Утицаји развоја туризма су бројни и њихова најједноставнија и најзначајнија подела је на позитивне и негативне. Иако у теорији делује једноставно класификовати их даље на економске, социо-културне и еколошке, њихово уочавање, анализа и класификација у пракси је знатно сложенија. Док економски утицаји туризма почињу од туристичке потрошње, социо-културни подразумевају однос туризма и локалног становништва, социо-културних система и вредности туристичке дестинације. Економски утицаји се лако опажају и мере, док је знатно теже измерити социо-културне и еколошке утицаје. Један од начина за мерење социо-културних утицаја је анализа ставова локалног становништва о развоју туризма у дестинацији. Еколошки се уочавају путем различитих мерења о стању природне средине. Они се често доводе у везу са непланским и стихијским развојем туризма и о њима се најчешће говори у негативном контексту, иако позитивни еколошки утицаји туризма нису занемарљиви. Забринутост за деградацију животне средине често доводи до тако постављених приоритета у анализирању и уочавању еколошких утицаја у туризму. Ипак, треба имати у виду да утицаји могу бити кумулативни резултат развоја дестинације, што говори о неопходности укључивања одрживости у свим доменима развоја дестинације.

Свака туристичка дестинација би требало да пронађе начин да туризам усклади са принципима одрживог развоја. Тако дефинисана потреба која се намеће туристичким дестинацијама, укључује дефинисање носећег капацитета туристичких дестинација, и одређивање врста туризма које највише угрожавају туристичку дестинацију и оних које су одрживе. *Прекомерни туризам* постаје претња не само за дугорочну конкурентност

туристичке дестинације, већ озбиљно може угрозити њено локално становништво и самим тим будући развој дестинације.

Локално становништво је стејкхолдер у туризму који у контексту позитивних и негативних утицаја туризма има кључну улогу, јер највише трпи последице развоја туризма у дестинацији. Учешће локалног становништва у туризму је неминовно, а њихова улога у одрживом развоју туризма од круцијалног значаја. Готово да је немогуће реализовати целокупан процес одрживог развоја туризма без учешћа локалног становништва и испитивања њихових ставова о развоју туризма. Иако постоје различити приступи и начини за мерење ставова локалног становништва, неопходно је и даље трагати за бољим моделом. Као искуствено психолошки исходи, ставови се најчешће анализирају путем анкетања, што укључује бројне недостатке. Прецизност и релевантност тако прикупљених података о ставовима условљена је мерним инструментом и приступу анкетара, али и испитаника самом процесу испитивања. У туризму се најчешће посматрају ставови локалног становништва о квалитету живота, утицајима туризма, и њиховој подршци за будући развој, како би се проценио њихов однос према туризму дестинације. Такође, њихови ставови се могу посматрати са различитих аспеката, јер формирање ставова може бити под утицајем различитих интерних и екстерних фактора и самих индивидуалних карактеристика појединца. Приметно је да недостају истраживања ставова локалног становништва са аспекта врста туризма које се развијају у туристичкој дестинацији и истраживања за бањске туристичке дестинације. Бање у Србији, као посебни типови туристичких дестинација, представљају територијално посматрано углавном мала места, ниског степена урбанизације, богата природним ресурсима што их чини осетљивим на већи обим развоја туризма.

Врњачка Бања је лидер бањског туризма Србије. Она је свој имиџ на тржишту креирала захваљујући развоју здравственог туризма, који се базира на природним лековитим ресурсима (термоминералне воде). Њен географски положај, клима, хидрографске, и остале природне и друштвене вредности условиле су развој туризма који је постао традиционална привредна делатност овог места. Привлачи велики број туриста годишње, због чега има и развијене рецептивне елементе. Као део здравственог туризма у Бањи се све више развија *wellness* туризам, имајући у виду да готово сваки хотел има у својој понуди *wellness* центар. У оквиру културно-забавног туризма, све више се развија и манифестациони туризам, који доводи до великог прилива туриста у кратком временском периоду, односно периоду одржавања манифестација. Конгресни туризам је још једна врста туризма која се јасно уочава у Врњачкој Бањи и који такође може привући велики број туриста, с тим што се њихове активности разликују од активности туриста који долазе у циљу посета манифестација. Спортски и рекреативни туризам, који се може класификовати и као једна врста туризма – спортско-рекреативни, представља комплементарну врсту туризма здравственом туризму. Излетнички, омладински и ђачки туризам Врњачке Бање јављају се као секундарни у односу на претходно наведене врсте туризма. Потенцијали за лов и риболов се такође могу

искористити у контексту туризма, али се поставља питање потребе за додатним повећањем броја туриста.

Подаци туристичког промета показују да је број туриста знатно већи од броја локалног становништва на годишњем нивоу, а посебно у периоду главне туристичке сезоне. Такво стање и чињеница да истраживање ове докторске дисертације показује да је локално становништво сагласно са тим да развој туризма доводи до негативних еколошких, економских и социо-културних утицаја на туристичку дестинацију, јасно указује да туризам у Врњачкој Бањи има карактеристике *прекомерног* туризма. Ипак, ставови локалног становништва Врњачке Бање о квалитету живота проузрокованим развојем туризма требају бити охрабрујућа информација за доносиоце одлука у туризму Врњачке Бање, јер указује да још увек није изражен антагонизам локалног становништва у контексту развоја туризма. Такође, њихови ставови о позитивним утицајима туризма указују да локално становништво још увек нема потпуно непријатељски став према туризму и жели да подржи будући развој туризма. Међутим, њихови ставови сугеришу да је потребна опрезност у тренутном развоју и минимизирање негативних утицаја, због чега и подржавају одрживи развој туризма у Врњачкој Бањи. Имајући у виду фазе *IRIDEX* модела, може се закључити да је туризам Врњачке Бање тренутно у фази *иритације*, тако да треба указати да уколико се не примене принципи одрживог развоја туризма, негативни утицаји *прекомерног туризма* ће се још више испољити и може доћи до фазе *антагонизма*. Највећу подршку локално становништво Врњачке Бање је дало здравственом туризму, за који се сходно активностима туриста здравственог туризма може рећи да представља одрживију врсту туризма. Локално становништво које предност даје здравственом туризму и конгресном туризму, као традиционалним врстама туризма у Врњачкој Бањи, више уочава негативне еколошке и социо-културне утицаје развоја туризма, од оних који су подршку дали другим врстама туризма.

Развој Врњачке Бање се готово идентификује са развојем туризма у овој дестинацији. Има традицију развоја одређених врста туризма (здравственог, спортско-рекреативног, конгресног) коју треба искористити као део идентитета и брэнда у туризму. Недостају садржаји културног карактера због чега се може боље презентовати културно-историјско наслеђе Врњачке Бање (археолошка налазишта, старе бањске виле). Развој туризма треба планирати и реализовати на бази интеграције различитих врста туризма, које треба да буду комплементарне и одрживе. Приликом планирања развоја одређене врсте туризма нарочито треба обратити пажњу на активности туриста у дестинацији и њихов број. С друге стране, менаџмент туристичке дестинације као приоритет у будућем периоду треба да постави планирање и одрживи развој. Као изазови у наредном периоду намећу се: решење убрзане и непланске изградње, просторно планирање рецептивних капацитета и обима туристичких активности, равномернија расподела туристичких активности у току године, лоцирање туристичких атракција у складу са очувањем природних подручја, дефинисање и поштовање носећег капацитета туристичке дестинације, заштита природних ресурса, примена стратегије *смањеног раста туризма*, као и остали изазови који се тичу ублажавања и санирања негативних

утицаја развоја туризма. Иако је локално становништво Врњачке Бање на различите начине укључено у развој туризма, треба повећати њихову улогу у одлучивању и планирању у туризму.

Комплексност истраживања ставова локалног становништва у туризму захтева још детаљнију анализу литературе како ширег контекста, тако и ужег, од оне која је приказана у докторској дисертацији. Неопходно је проблематику ове теме посматрати са различитих аспеката, од којих поједини нису укључени у овој дисертацији (попут укључивања додатних сазнања из психологије, антропологије о ставовима и њиховим прецизнијим мерењима). Ограничење у сагледавању потпуне слике о ставовима локалног становништва о развоју туризма Врњачке Бање огледа се у томе што је укључен један фактор у зависности од којег се њихови ставови могу разликовати. Мерење ставова је спроведено само путем истраживања квантитативног типа, коришћењем анкетног упитника са затвореним питањима, што може бити ограничавајући фактор за потпуни изражај ставова.

Препорука за будућа истраживања се односи на веће укључивање сазнања из области психологије о ставовима групе и појединаца, ради прецизнијег мерење. Такође, треба имати у виду да велики број фактора може утицати на ставове локалног становништва, тако да поред демографских карактеристика значајно је анализирати и неке личне склоности, емоције и ставове (на пример: алтруизам, који може довести до тога да појединац позитивно оцењује развој туризма, зарад свеукупних доприноса туризма локалној заједници). Неопходна су додатна и детаљнија истраживања ставова локалног становништва о туризму у зависности од врсте туризма које подржавају. У будућим истраживањима ставови локалног становништва могу се посматрати квалитативно, не само квантитативно чиме би се допринело њиховом разумевању и унапређењу односа између локалног становништва и осталих стејкхолдера туристичке дестинације. Анализа ставова локалног становништва туристичке дестинације о туризму, утицајима и квалитету живота проузрокованим развојем туризма може се извршити тако што би се поредили резултати добијени на истом узорку, али у различитим временским периодима.

ЛИТЕРАТУРА

ЛИТЕРАТУРА

1. Abbasian, S., Onn, G., & Arnautovic, D. (2020). Overtourism in Dubrovnik in the eyes of local tourism employees: A qualitative study. *Cogent Social Sciences*, 6(1), 1775944. <https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1775944>
2. Abubakar, B., & Mavondo, F. (2014). Tourism destinations: antecedents to customer satisfaction and positive word-of-mouth. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(8), 833–864. <https://doi.org/10.1080/19368623.2013.796865>
3. Агенција за привредне регистре Републике Србије (2022). Врњачка Бања. Преузето са <https://pretraga2.apr.gov.rs/APRMapePodsticaja/>
4. Adnyana, I. W. E., Budarma, I. K., & Murni, N. G. N. S. (2022). Developing Kampong Kepiting ecotourism tuban using 4A components. *International Journal of Glocal Tourism*, 3(1), 20-27.
5. Adu-Ampong, E. A. (2019). Historical trajectories of tourism development policies and planning in Ghana, 1957–2017. *Tourism Planning & Development*, 16(2), 124-141. <https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1537002>
6. Azam, M., Alam, M. M., & Hafeez, M. H. (2018). Effect of tourism on environmental pollution: Further evidence from Malaysia, Singapore and Thailand. *Journal of Cleaner Production*, 190, 330-338. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.168>
7. Аква парк Рај (2022). Преузето са <https://www.aquaparkraj.rs/>
8. Akis S, Peristianis N, & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481–494. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00066-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00066-0)
9. Akova, O., & Atsiz, O. (2019). Sociocultural impacts of tourism development on heritage sites. In D. Gursoy and R. Nunkoo (Eds.), *The Routledge Handbook of Tourism Impacts* (pp.252-264). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351025102-20>
10. Alarcón, D. M., & Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1588283>
11. Algassim, A. A., Saufi, A., Diswandi, D., & Scott, N. (2021). Residents' attitudes toward tourism development at Al-Juhfa, Saudi Arabia. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 55-74.
12. Ali, R. (2016). *Exploring the Coming Perils of Overtourism*, Skift. Преузето са <https://skift.com/2016/08/23/exploring-the-coming-perils-of-overtourism/>
13. Ali, R. (2018). *The Genesis of Overtourism: Why We Came Up With the Term and What's Happened Since* Skift. Преузето са <https://skift.com/2018/08/14/the-genesis-of-overtourism-why-we-came-up-with-the-term-and-whats-happened-since/>
14. Aliyeva, S., Chen, X., Yang, D., Samarkhanov, K., Mazbayev, O., Sekenuly, A., ... & Kozhokulov, S. (2019). The socioeconomic impact of tourism in East Kazakhstan Region: Assessment approach. *Sustainability*, 11(17), 4805. <https://doi.org/10.3390/su11174805>

15. Amerta, I. M. S. (2017). Community based tourism development. *International Journal of Social Sciences and Humanities (IJSSH)*, 1(3), 97-107. <https://doi.org/10.29332/ijssh.v1n3.60>
16. Amoiradis, C. (2019). A theoretical approach to sustainable tourism marketing. *Economics & Law*, 1(2), 1-7.
17. Amuquandoh, F. E. (2010). Residents' perceptions of the environmental impacts of tourism in the Lake Bosomtwe Basin, Ghana. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 223–238. <https://doi.org/10.1080/09669580903298531>
18. An Architect's Guide to Designing for Sustainability – Part One (2021). *5 Global Agreements on Sustainable Development*. Преузето са http://www.comarchitect.org/wp-content/architectsguide/5_global_agreements_on_sustainable_development.htm
19. Angessa, A. T., Lemma, B., Yeshitela, K., & Endrias, M. (2022). Community perceptions towards the impacts of ecotourism development in the central highlands of Ethiopia: the case of Lake Wanchi and its adjacent landscapes. *Heliyon*, 8(2), e08924. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08924>
20. Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260. <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>
21. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A., & Knopf, R. C. (2007). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 483–502. <https://doi.org/10.2167/jost612.0>
22. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
23. Andereck, K., L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27-36. <https://doi.org/10.1177/004728750003900104>
24. Andereck, K., L., & Jurovski, C. (2006). Tourism and quality of life. Quality tourism experiences, In G. R. Jennings & N. Nickerson (Eds.), *Quality Tourism Experiences* (pp. 136–154). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7811-7.50016-X>
25. Anderson, W. (2011). Enclave tourism and its socio-economic impact in emerging destinations. *Anatolia*, 22(3), 361-377. <https://doi.org/10.1080/13032917.2011.633041>
26. Andriotis, K. (2018). *Degrowth in tourism: Conceptual, theoretical and philosophical issues*. CABI. <https://doi.org/10.1079/9781786392787.0000>
27. Anup, K. C. (2018). Tourism and its role in environmental conservation. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 8, 30-47. <https://doi.org/10.3126/jthe.v8i0.20009>
28. Aoyama, Y. (2009). Artists, tourists, and the state: Cultural tourism and the flamenco industry in Andalusia, Spain. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(1), 80-104. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2009.00846.x>
29. APA Dictionary of Psychology (2022). *Quality of Life*. Преузето са: <https://dictionary.apa.org/quality-of-life>
30. Ap, J. (1992). Resident perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)

31. Araoz, G. F. (2011). Preserving heritage places under a new paradigm. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 1(2011), 55-60. <https://doi.org/10.1108/20441261111129933>
32. Aref, F. (2011). The effects of tourism on quality of life: a case study of Shiraz, Iran. *Life Science Journal*, 8(2), 26-30.
33. Aref, F., Gill, S. S., & Aref, F. (2010). Tourism development in local communities: As a community development approach. *Journal of American Science*, 6(2), 155-161.
34. Aref, F., Redzuan, M., & Gill, S. S. (2009). Community perceptions toward economic and environmental impacts of tourism on local communities. *Asian Social Science*, 5(7), 130-137. <https://doi.org/10.5539/ass.v5n7p130>
35. Arif, Y. M., Nugroho, S. M. S., & Hariadi, M. (2019). Selection of tourism destinations priority using 6AsTD framework and TOPSIS. In *2019 International Seminar on Research of Information Technology and Intelligent Systems (ISRITI)* (pp. 346-351). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ISRITI48646.2019.9034671>
36. Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2012). The positive and negative impacts of tourism. In W., Theobald (Ed.), *Global Tourism* (pp. 79-102). Routledge. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7789-9.50011-X>
37. Association of Destination Management Executives International (ADMEI) (2022). Преузето са <https://www.admei.org/>
38. Ahmad, S. (2015). Green human resource management: Policies and practices. *Cogent Business & Management*, 2(1), 1030817. <https://doi.org/10.1080/23311975.2015.1030817>
39. Baggio, R., Scott, N., & Cooper, C. (2010). Network science: A review focused on tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 802-827. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.02.008>
40. Bagri, S. C., & Kala, D. (2016). Residents' attitudes toward tourism development and impacts in Koti-Kanasar, Indroli, Pattyur tourism circuit of Uttarakhand state, India. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 23-39. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.002>
41. Bagus, S. I., Imade, S. U., Nyoman, S. I. A., & Putu, W. S. N. (2019). Community based tourism as sustainable tourism support. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 94(10), 70-78. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-10.09>
42. Бакић, О. (2005). *Маркетинг менаџмент туристичке дестинације*, Чигоја штампа.
43. Bakri, N. M., Jaafar, M., & Mohamad, D. (2014). Perceptions of local communities on the economic impacts of tourism development in Langkawi, Malaysia. In *SHS web of conferences* (p. 01100). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201100>
44. Baldwin, D. A. (1978). Power and social exchange. *American Political Science Review*, 72(4), 1229-1242. <https://doi.org/10.2307/1954536>
45. Балшић, В., и Нешић, Д. (2008). Минералне воде – Особине, хемијски састав, деловање, медицински значај и употреба. У Б. Руђинчанин и О. Топаловић. *Врњачка Бања на почетку 21. века* (стр. 109-144). Народна библиотека „Др Душан Радић”, Врњачка Бања.

46. Baoying, N., & Yuanqing, H. (2007). Tourism development and water pollution: Case study in Lijiang Ancient Town. *China Population, Resources and Environment*, 17(5), 123-127. [https://doi.org/10.1016/S1872-583X\(08\)60006-6](https://doi.org/10.1016/S1872-583X(08)60006-6)
47. Barnes, S. J. (2022). Heritage protection and tourism income: the tourism heritage Kuznets curve. *Tourism Review*, 77(6), 1455-1471. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2022-0125>
48. Barcelona Field Studies Centre (2022). *Tourism Pros and Cons*. Прейзето са <https://geographyfieldwork.com/TourismProsCons.htm>
49. Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*. Landlinks Press. <https://doi.org/10.1071/9780643093881>
50. Bello, F. G., Neil, C. A. R. R., Lovelock, B., & Feifei, X. U. (2017). Local residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Mangochi, Malawi. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 5(1), 1-22.
51. Ben Eli, M. (2015). Sustainability: definition and five core principles. *A Sustainability Laboratory Publication*, New York.
52. Benner, M. (2019). From overtourism to sustainability: A research agenda for qualitative tourism development in the Adriatic. *German Journal of Economic Geography*, 2(64), 74-87. <https://doi.org/10.1515/zfw-2019-0016>
53. Berbekova, A., Uysal, M., & Assaf, A. G. (2022). Toward an assessment of quality of life indicators as measures of destination performance. *Journal of Travel Research*, 61(6), 1424-1436. <https://doi.org/10.1177/00472875211026755>
54. Bertocchi, D., Camatti, N., Giove, S., & van der Borg, J. (2020). Venice and overtourism: simulating sustainable development scenarios through a tourism carrying capacity model. *Sustainability*, 12(2), 512. <https://doi.org/10.3390/su12020512>
55. Bianchi, R. (2018). The political economy of tourism development: A critical review. *Annals of Tourism Research*, 70, 88-102. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.005>
56. Bieger T. (2012). *Destinations management*. Oldenburg Verlag.
57. Binkhorst, E., & den Dekker, T. (2009). Agenda for co-creation tourism experierceresearch. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), 311-327. <https://doi.org/10.1080/19368620802594193>
58. Blázquez-Salom, M., Blanco-Romero, A., Vera-Rebollo, F., & Ivars-Baidal, J. (2019). Territorial tourism planning in Spain: From boosterism to tourism degrowth?. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1764-1785. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1675073>
59. Boavida Portugal, I., Rocha, J., & Ferreira, C. C. (2016). Exploring the impacts of future tourism development on land use/cover changes. *Applied Geography*, 77, 82-91. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2016.10.009>
60. Boz, İ., Kılıç, O., Kaynakçı, C. (2017). Emerging trends in rural tourism: Evidence from the Eastern Black sea region of Turkey. In *Rural Development Conference* (pp. 50-59). Tomorrow People Organization.
61. Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research*, 49, 33-50.

62. Boley, V. B., Strzelecka, M., & Woosnam, K. M. (2018). Resident perceptions of the economic benefits of tourism: Toward a common measure. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42(8), 1295–1314.
63. Booking.com (2022). Преузето са <https://www.booking.com/>
64. Боровић Димић, Ј. (2001). *Вода у традицији и животу Врњачке Бање*. Завичајни музеј.
65. Боровић Димић, Ј. (2005). *Трагови трајања: културно-историјско наслеђе Врњачке Бање*. Министарство културе Републике Србије, Завод за заштиту споменика културе Краљево, Друштво конзерватора Србије.
66. Боровић Димић, Ј. (2008). Културно-историјско наслеђе Врњачко Бање. У Б. Руђинчанин и О. Топаловић. *Врњачка Бања на почетку 21. века (495-534)*. Народна библиотека „Др Душан Радић”, Врњачка Бања.
67. Боровић Димић, Ј. (2014). *Једна кућа – једна прича. Градитељско наслеђе Врњачке Бање*. Завичајни музеј – Замак културе, Културни центар Врњачке Бање.
68. Botti, L., Peuroch, N., Robinot, E., & Solonadrasana, B. (2009). Tourism destination competitiveness: the French regions case. *European Journal of Tourism Research*, 2(1), 5-24. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v2i1.25>
69. Bramwell, B., Henry, I., Jackson, G., Goytia Prat, A., Richards, G. W., & van der Straaten, J. (Eds.) (1996). *Sustainable Tourism Management: Principles and Practice*. Tilburg University Press.
70. Brankov, J., Glavonjić, T. J., Pešić, A. M., Petrović, M. D., & Tretiakova, T. N. (2019). Residents' perceptions of tourism impact on community in national parks in Serbia. *European Countryside*, 11(1), 124-142. <https://doi.org/10.2478/euco-2019-0008>
71. Brezovec, A., Čivre, Ž., Baruca, P. Z., & Fuentes-Moraleda, L. (2021). Tourism Marketing. In De Ascaniis, S., Gravari-Barbas, M., & L. Cantoni (Eds.), *Tourism Management at UNESCO World Heritage Sites* (pp. 5-12). Università della Svizzera italiana.
72. Briassoulis, H. (1991). Tourism and the environment: Planning issues and approaches. *Proceedings of an International Symposium on Architecture of Tourism in the Mediterranean*. Istanbul: Yildiz University Press.
73. Brida, J. G., & Zapata-Aguirre, S. (2009). Cruise tourism: economic, socio-cultural and environmental impacts. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 1(3), 205-226. <https://doi.org/10.1504/IJLTM.2010.029585>
74. Brida, J., Riaño, E., & Aguirre, S. (2011). Residents' attitudes and perceptions towards cruise tourism development: A case study of Cartagena de Indias (Colombia). *Tourism and Hospitality Research*, 11(3), 181-196. <https://doi.org/10.1177/1467358411415153>
75. Brooks, D. B. (1990). Beyond catch phrases: what does sustainable development really mean?. *IDRC reports*, 18(4), 24-25.
76. Булајић, Д., (2018). *Врњачка Бања: Век и по бањског туризма*. Општина Врњачка Бања: Princip Pres.

77. Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
78. Butler, R. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism geographies*, 1(1), 7-25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
79. Butler, R. (Ed.). (2006). *The tourism area life cycle*. Channel view publications. <https://doi.org/10.21832/9781845410278>
80. Butler, R. (2018). Challenges and opportunities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 635-641. <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2018-0042>
81. Butler, R. (2019). Tourism carrying capacity research: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 207-211. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0194>
82. Butler, R., & Dodds, R. (2022). Overcoming overtourism: a review of failure. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2021-0215>
83. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
84. Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003>
85. Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6-13. <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>
86. Van Niekerk, M., & Coetzee, W. J. L. (2011). Utilizing the VICE model for the sustainable development of the Innibos Arts Festival. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3-4), 347-365. <https://doi.org/10.1080/19368623.2011.562422>
87. Vargas-Sanchez, A., Plaza-Mejia, M. d. l. A., & Porras-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387. <https://doi.org/10.1177/0047287508322783>
88. Vengesai, S. (2003). A conceptual model of tourism destination competitiveness and attractiveness. In *ANZMAC 2003 Conference Proceedings* (pp. 637-347). ANZMAC.
89. Venezia Autentica (2022). *Why Tourism in Venice is Doing More Harm than Good and What We can do About it*. Преглед са <https://veneziaautentica.com/impact-tourism-venice/>
90. Vieira, I., Rodrigues, A., Fernandes, D., & Pires, C. (2016). The role of local government management of tourism in fostering residents' support to sustainable tourism development: evidence from a Portuguese historic town. *International Journal of Tourism Policy*, 6(2), 109. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2016.077967>
91. Visentin, F., & Bertocchi, D. (2019). Venice: an analysis of tourism excesses in an overtourism icon. *Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism*, 18-38. <https://doi.org/10.1079/9781786399823.0018>
92. Visit Ljubljana (2022). *Sustainable Tourism in Ljubljana*. Преглед са <https://www.visitljubljana.com/en/about-us/sustainable-tourism-in-ljubljana/>
93. Врњачка Бања (2012). *Географија Врњачке Бање*. Преглед са <https://vrnjackabanjasrbija.rs/geografija-vrnjacke-banje/>

94. Врњачка Бања (2022). *Клима*. Преузето са <https://evrnjackabanja.com/klima/>
95. Врњачка Бања (2022а). *Извори лековите воде у Врњачкој Бањи*. Преузето са <http://www.vrnjackabanja.in.rs/istorija/izvori-lekovite-vode-u-vrnjackoj-banji.html>
96. Врњачка Бања (2022б). *Базен Клобук*. Преузето са <https://www.vrnjackabanjasmestaj.rs/vrnjacka-banja-bazeni/bazen-klobuk>
97. Врњачка Бања (2022в). *Историја Врњачке Бање*. Преузето са <https://www.vrnjackabanjasmestaj.rs/istorija-vrnjacke-banje>
98. Врњачка Бања (2022г). *Извори лековите воде у Врњачкој Бањи*. Преузето са <https://evrnjackabanja.com/turizam/zdravstveni/izvori/>
99. Врњачка Бања Travel (2022). *Izvori mineralnih voda u Vrnjackoj Banji*. Преузето са <http://www.vrnjackabanja.travel/izvori-mineralnih-voda>
100. Vuković, P., & Mihailović, B. (2017). Perspektive za održivi turistički razvoj opštine Stara Pazova. *Economics of Sustainable Development*, 1(2), 39-49.
101. Вујичић Ђорђевић, В. (2016). *Психографска анализа у сегментацији туристичког тржишта*. Докторска дисертација. Универзитет у Београду.
102. Вучетић, А. (2010). *Одрживи развој туризма – Скрипта*. Факултет за туризам и хотелијерство, Котор.
103. Galewska, A. (2019). *How to Measure Tourism Impacts?* Преузето са <https://www.linkedin.com/pulse/how-measure-tourism-impacts-anula-galewska>
104. Gannon, M., Rasoolimanesh, S. M., & Taheri, B. (2021). Assessing the mediating role of residents' perceptions toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 60(1), 149-171. <https://doi.org/10.1177/0047287519890926>
105. Геосрбија (2022). Преузето са <https://a3.geosrbija.rs/>
106. Gill, K. (2015). Tourists' perceptions about tourism impacts a literature review. *Journal of Business Thought*, 5, 71-85.
107. Gillespie, A. (2018). *The long road to sustainability: The past, present, and future of international environmental law and policy*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198819516.001.0001>
108. Gjerald, O. (2005). Sociocultural impacts of tourism: A case study from Norway. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3(1), 36–58. <https://doi.org/10.1080/14766820508669095>
109. Gligorijevic, J. (2014). World music festivals and tourism: A case study of Serbia's Guca trumpet festival. *International Journal of Cultural Policy*, 20(2), 139-154. <https://doi.org/10.1080/10286632.2012.743531>
110. Global Destination Sustainability Movement (2021). *Destination Tirol Commits to Sustainable Transformation – Powered by the GDS Movement*. Преузето са <https://www.gds.earth/destination-tirol-commits-to-sustainable-transformation-powered-by-the-gds-movement/>
111. Global Destination Sustainability Movement (2022). *Global Destination Sustainability Index*. Преузето са <https://www.gds.earth/2021-results/>
112. Global Tourism Network (2021). Преузето са <https://www.globalecotourismnetwork.org/timeline-treasures/>

113. Gnanapala, W. A., & Sandaruwani, J. A. R. C. (2016). Socio-economic impacts of tourism development and their implications on local communities. *International Journal of Economics and Business Administration*, 2(5), 59-67.
114. Godfrey, K., & Clarke, J. (2000). *Tourism development handbook: A practical approach to planning and marketing*. Thomson learning emea. Continuum Ltd.
115. Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (2009). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley and Sons, Inc.
116. Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (9th ed.). John Wiley and Sons, Inc.
117. Gonçalves, J., Mateus, R., Silvestre, J.D., & Roders, A.P. (2019). Contributions to a revised definition of sustainable. In U. Pottgiesser, S. Fatoric, C. Hein, E. de Maaker, & A. Pereira Roders (Eds.), *LDE Heritage Conference on Heritage and the Sustainable Development Goals* (357-367), TU Delft Open.
118. González, A. T. (2018). Venice: The problem of overtourism and the impact of cruises. *Journal of Regional Research*, (42), 35-51.
119. González-García, R. J., Martínez-Rico, G., Bañuls-Lapuerta, F., & Calabuig, F. (2022). Residents' perception of the impact of sports tourism on sustainable social development. *Sustainability*, 14(3), 1232. <https://doi.org/10.3390/su14031232>
120. Goodwin H. (2019). *Overtourism: Causes, symptoms and treatment*. Tourismus Wissen.
121. Goodwin, H. (2019a). Barcelona-crowding out the locals: a model for tourism management. *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*, 1, 125-38. <https://doi.org/10.1515/9783110607369-009>
122. Goodwin, H. (2002). Local community involvement in tourism around National Parks: opportunities and constraints. *Current Issues in Tourism*, 5(3-4), 338-360. <https://doi.org/10.1080/13683500208667928>
123. Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible tourism partnership*, 4, 1-19.
124. Gössling, S., McCabe, S., & Chen, N. C. (2020). A socio-psychological conceptualisation of overtourism. *Annals of Tourism Research*, 84, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102976>
125. Gössling, S., Hall, C. M., & Weaver, D. B. (2009). Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations. In S., Gössling, C. M., Hall, & Weaver (Eds.), *Sustainable Tourism Futures* (pp. 21-36). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203884256>
126. Gowreesunkar, V., & Seraphin, H. (2019). Introduction. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 484-491. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2019-0044>
127. Gretzel, U., Fesenmaier, D. R., Formica, S., & O'Leary, J. T. (2006). Searching for the future: Challenges faced by destination marketing organizations. *Journal of Travel Research*, 45(2), 116-126. <https://doi.org/10.1177/0047287506291598>
128. Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism—the case of a Beijing hutong. *Tourism Management*, 29(4), 637-647. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.006>

129. Guerreiro, J. A., & Marques, J. F. (2020). Gentrifiers against gentrification: Tourism gentrification in Algarve, South Portugal. In P., Pinto, & M., Guerreiro (Eds.), *Handbook of Research on Resident and Tourist Perspectives on Travel Destinations* (pp. 1-23). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3156-3.ch001>
130. Gunawijaya, J., & Pratiwi, A. (2018). How local community could contribute to the tourism development in rural area?. *KnE Social Sciences*, 826-834. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.2809>
131. Gunn, C. A., & Var, T. (2020). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003061656>
132. Gunjic, L. (2017). Local perceptions of cultural heritage and tourism development-case study Bac, Serbia. *Ge-Conservacion*, 11, 57-62. <https://doi.org/10.37558/gec.v11i0.452>
133. Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>
134. Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7)
135. Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R., & Wei, W. (2019). Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism development: a metaanalysis. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 28(3), 306-333. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516589>
136. Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394. <https://doi.org/10.1177/0047287509346853>
137. Guy, S. M., & Rogers, D. L. (1999). Community surveys: Measuring citizens' attitudes toward sustainability. *Journal of Extension*, 37(3), Article 3FEA2.
138. Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
139. Ghulam Rabbany, M., Afrin, S., Rahman, A., Islam, F., & Hoque, F. (2013). Environmental effects of tourism. *American Journal of Environment, Energy and Power Research*, 1(7), 117-130.
140. D'Alessandro, F. (2016). Green building for a green tourism. A new model of eco-friendly agritourism. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8, 201-210. <https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2016.02.094>
141. Das, M., & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament?. *Tourism Management Perspectives*, 14, 3-16. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.01.002>
142. Dahal, B., Anup, K. C., & Sapkota, R. P. (2020). Environmental impacts of community-based home stay ecotourism in Nepal. *The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality*, 11(1), 60-80. <https://doi.org/10.3126/gaze.v11i1.26618>
143. Dey, T., Kamruzzaman, M., Islam, M. A., Bachar, B. K., & Pitol, M. N. S. (2020). Attitudes of local people towards community based eco-tourism in the Sundarbans. *International Journal of Business, Management and Social Research*, 9(02), 528-535. <https://doi.org/10.18801/ijbmsr.090220.55>

144. Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2005). A framework for the development of social and socioeconomic indicators for sustainable tourism in communities. *Tourism Review International*, 9(1), 69-77. <https://doi.org/10.3727/154427205774791780>
145. Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>
146. Del Chiappa, G., & Abbate, T. (2016). Island cruise tourism development: a resident's perspective in the context of Italy. *Current Issues in Tourism*, 19(13), 1372-1385. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.854751>
147. Del Chiappa, G., & Melis, G. (2015). Residents' Perceptions of the Impact of Ship Tourism and their Preferences for Different Types of Tourism. In A. Correia, (Ed.), *Marketing Places and Spaces* (pp. 45-60). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1871-317320150000010004>
148. Destefanis, A., Angelini, L., Borlizzi, D., Carlucci, A., Ciardella, G., Governale, G., & Morfini, I. (2020). Cultural tourism development and the impact on local communities: a case study from the South of Italy. *CERN IdeaSquare Journal of Experimental Innovation*, 4(2), 19-24.
149. Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.009>
150. Diesendorf, M. (2000). Sustainability and sustainable development. In D. Dunphy, J. Benveniste, A. Griffiths, & P. Sutton (Eds.), *Sustainability: The corporate challenge of the 21st century* (pp. 2, 19-37). Allen & Unwin.
151. Dimitrovski, D., & Senić, V. (2019). Examining the support of the local community for the development of sustainable mining tourism. In D. Cvijanović, A.J. Vasile, N. Dimitrov, A. Lemmetyinen, P. Ružić, C. Amdreeski, D. Gnjatović, T. Stanišić, A. Mićović, M. & Leković (Eds.), *TISC-Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja*, (pp. 450-468). Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja. <https://doi.org/10.1080/13527258.2017.1317645>
152. Dimitrovski, D., Marinković, V., & Senić, V. (2015). Attitudes of Serbian urban residents toward tourism development. *Facta Universitatis, Series: Economics and Organization*, 143-155.
153. Dimitrovski, D., Senić, V., Marić, D., & Marinković, V. (2017). Commemorative events at destination memorials—a dark (heritage) tourism context. *International Journal of Heritage Studies*, 23(8), 695-708.
154. Дирекција за планирање и изградњу општине Врњачка Бања ЈП. (2011). *Просторни план општине Врњачка Бања*. Врњачка Бања.
155. Dodds, R., & Butler, R. (2019). The phenomena of overtourism: A review. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 519-528. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0090>
156. Dolma Eco Tourism (2018). *Local Community Participation in Tourism Development*. Преузето са <https://www.linkedin.com/pulse/local-community-participation-tourism-development-dolma-eco-tourism/>

157. Domínguez-Mujica, J., Parreño-Castellano, J. M., & Moreno-Medina, C. (2020). Vacation rentals, tourism, and international migration: Gentrification in Las Palmas de Gran Canaria (Spain) from a diachronic perspective. In R. Almeida, C. Alfred Quintano, M. Simancas, R. Huete, & Z. Breda (Eds.). *Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism* (pp. 237-260). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2224-0.ch013>
158. Donaldson, T. & Preston, L.E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65-91. <https://doi.org/10.2307/258887>
159. Donohoe, H., Reyes, B., & Becerra, L., (2015). Theoretical perspectives on stakeholders in tourism management. In K.S., Bricker, H. & Donohoe (Eds.), *Demystifying Theories in Tourism Research* (pp. 18–30). CABI Publishing. <https://doi.org/10.1079/9781780647227.0018>
160. Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. In *Travel And Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings III*, 1(pp. 95-198). San Diego, California, (September),.
161. Downs, C. A., Cruz, O. T., & Remengesau Jr, T. E. (2022). Sunscreen pollution and tourism governance: Science and innovation are necessary for biodiversity conservation and sustainable tourism. *Aquatic Conservation: Marine and Freshwater Ecosystems*, 32(5), 896-906. <https://doi.org/10.1002/aqc.3791>
162. Dredge, D., & Jenkins, J. (Eds.) (2011). *Stories of practice: Tourism policy and planning*. Ashgate Publishing, Ltd..
163. Du Pisani, J. A. (2006). Sustainable development–historical roots of the concept. *Environmental sciences*, 3(2), 83-96. <https://doi.org/10.1080/15693430600688831>
164. Du Plessis, L. (2010). *Tourists' perceptions of tourism impacts on the environment: The case of South African National Parks*. Doctoral dissertation, North-West University.
165. Durkalić, D., & Đorđević, N. (2019). Perceptions and attitudes of students regarding the working conditions in the tourism industry. In D. Cvijanović, A.J. Vasile, N. Dimitrov, A. Lemmetyinen, P. Ružić, C. Amdreeski, D. Gnjatović, T. Stanišić, A. Mićović, M. & Leković (Eds.), *4th International Scientific Conference „Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia – Tourism as a Generator of Employment”*, *Thematic Proceedings I* (pp. 327-344). University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja.
166. Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.002>
167. Dwyer, L., P. Forsyth, & P. Rao (2000). The price competitiveness of travel and tourism: A comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 21(1), 9-22. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00081-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00081-3)
168. Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>

169. Dwyer, L., Chen, N., & Lee, J. (2019). The role of place attachment in tourism research. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(5), 645-652. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1612824>
170. Ђорђевић, В. (2008). Туризам – историјат. У Б. Руђинчанин и О. Топаловић. Врњачка Бања на почетку 21. века (307-320). Народна библиотека „Др Душан Радић”, Врњачка Бања.
171. Ђорђевић, N., & Kostić, M. (2019). Factors that affect the tourists perception about the destination ecological sustainability. In J., Subić, M., Jeločnik, B., Kuzman, & J. V. Andrei (Eds.), *International Scientific Conference, Sustainable Agriculture and Rural Development in Terms of the Republic of Serbia Strategic Goals Realization Within the Danube Region* (pp. 572-588). Institute of Agricultural Economics.
172. Ђорђевић, N., & Milićević, S. (2020). Perceptions of environmental impacts of tourism: A case study of Vrnjačka Banja. In D. Cvijanović, A.J. Vasile, N. Dimitrov, A. Lemmetyinen, P. Ružić, C. Amdreeski, D. Gnjatović, T. Stanišić, A. Mićović, M. & Leković (Eds.), *The Fifth International Scientific Conference „Tourism in function of development of the Republic of Serbia: Tourism and Rural Development”, Thematic Proceedings I* (pp. 147-163). University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja.
173. Ђорђевић, N., & Milićević, S. (2020a). Residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Vrnjačka Banja, Serbia. In *3rd International Conference on Economics and Social Sciences „Innovative Models to Revive the Global Economy”* (pp. 407-417). Bucharest University of Economic Studies, Romania, Sciendo Proceedings, <https://doi.org/10.2478/9788395815072-043>,
174. Ђорђевић, N., & Milićević, S. (2021). Residents' Perceptions of Economic Impacts of Tourism Development in Vrnjačka Banja. In *3rd International Conference on Resources Economics and Bioeconomy in Competitive Societies „Environmental Challenges, Innovative Technologies and Rural Areas in Digital Era – RebCos'20”*, 95(2021) (p. 01006). Proceedings SHS Web The Research Network on the Resource Economics and Bioeconomy Association (RebResNet). <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219501006>
175. Ђорђевић, N., & Čelić, I. (2021). Uloga menadžmenta ljudskih resursa u održivom razvoju turizma. In *10th International Scientific Conference Globalisation challenges and the Social-economic Environment of the EU* (pp. 150-156). University of Novo mesto.
176. Ђорђевић, Н., Милићевић, С., и Костић, М. (2018). Специфичности управљања одрживим развојем туристичке дестинације. У *VII научна конференција са међународним учешћем: Јахорински пословни форум 2018, Одрживи развој и институционално окружење* (247-252). Универзитет у Источном Сарајеву, Економски факултет Пале.
177. Ђорђевић, N., Podovac, M., & Milićević, S. (2021). Istraživanje zadovoljstva lokalne zajednice manifestacijom Međunarodni Vrnjački karneval [Researching the local community's satisfaction with the manifestation, International Carnival of Vrnjci]. *Oditor*, 7(1), 101-130. <https://doi.org/10.5937/Oditor2101101D>

178. Đorđević, N., Podovac, M., Milićević, S., & Stojanović, Đ. (2021a). Impacts of the music festival Lovefest on the attitudes of the local population in Vrnjacka Banja. *Hotel and Tourism Management*, 9(1), 73–88. <https://doi.org/10.5937/menhottur2101073D>
179. Eaglecreek (2022). *Best Sustainable Eco Tourist Destination*. Preuzeto sa <https://www.eaglecreek.com/blogs/articles/sustainable-eco-destinations>
180. Evers, B. A. (2018). *Why adopt the Sustainable Development Goals? The case of multinationals in the Colombian coffee and extractive sector*, Master Thesis, Erasmus University Rotterdam.
181. Edgell Sr, D. L. (2019). *Managing sustainable tourism: A legacy for the future*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429318122>
182. Edgell Sr, D. L., & Swanson, J. R. (2013). *Tourism policy and planning: Yesterday, today, and tomorrow*. Routledge.
183. Експерт Инжењеринг (2021). *Студија о процени утицаја на животну средину пројекта: Експлоатација мермера и кречњака као ТГК у лежишту „Зрнце” на к. п. број 4894/1 КО Ново Село, на територији СО Врњачка Бање*. Шабац. Preuzeto sa https://www.ekologija.gov.rs/sites/default/files/inline-files/Studija_PK%20Zrnce_S1%20%2B%20S2.pdf
184. Emas, R. (2015). The concept of sustainable development: definition and defining principles. *Brief for GSDR, 2015*. 10-13140.
185. Ennew, C. (2003). Understanding the economic impact of tourism. *World*, 477, 463-6.
186. Enright, M. J., & Newton, J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339–350. <https://doi.org/10.1177/0047287505274647>
187. Eraqi, M. I. (2007). Local communities' attitudes towards impacts of tourism development in Egypt. *Tourism Analysis*, 12(3), 191-200. <https://doi.org/10.3727/108354207781626848>
188. Ergan, S. (2021). One island, two nations. In *Handbook of Research on Future Policies and Strategies for Nation Branding* (pp. 54-73). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7533-8.ch004>
189. Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), 1061-1079. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1689224>
190. European Capitals of Smart Tourism (2021). *Gothenburg - Winner of 2020 European Capitals of Smart Tourism*. Preuzeto sa https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/cities/competition-winners-2020/gothenburg/gothenburg-2020-eutourismcapital_en
191. Županović, I. (2014). Adaptibilnost menadžmenta turističke destinacije. *FBIM Transactions*, 2(2), 342-353. <https://doi.org/10.12709/fbim.02.02.02.33>
192. Zaei, M. E., & Zaei, M. E. (2013). The impacts of tourism industry on host community. *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 1(2), 12-21.
193. Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of

- Sare'in and Masooleh. *Tourism Management*, 33(4), 802–814. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.09.003>
194. Zafirovski, M. (2005). Social exchange theory under scrutiny: A positive critique of its economic-behaviorist formulations. *Electronic Journal of Sociology*, 2(2), 1-40.
 195. Zdravković, S., & Peković, J. (2020). The analysis of factors influencing tourists' choice of green hotels. *Hotel and Tourism Management*, 8(1), 69-78. <https://doi.org/10.5937/menhottur2001069Z>
 196. Zelenka, J., & Kacetl, J. (2014). The concept of carrying capacity in tourism. *Amfiteatru Economic Journal*, 16(36), 641-654.
 197. Žemla, M. (2020). Reasons and consequences of overtourism in contemporary cities— Knowledge gaps and future research. *Sustainability*, 12(5), 1729. <https://doi.org/10.3390/su12051729>
 198. Zepster (2022). *Конгресни капацитети*. Преузето са <https://zepsterhotelvbanja.com/kongresna-dvorana/>
 199. Zhang, Y., Cole, S. T., & Chancellor, C. H. (2013). Residents' preferences for involvement in tourism development and influences from individual profiles. *Tourism Planning & Development*, 10(3), 267-284. <https://doi.org/10.1080/21568316.2012.747984>
 200. Zhang, C., Dong, X., Zhang, S., & Guan, J. (2021). The application of Social exchange theory in tourism research: A critical thinking. In *The 2021 12th International Conference on E-business, Management and Economics* (pp. 683-687). <https://doi.org/10.1145/3481127.3481242>
 201. Zhong, L., Deng, J., Song, Z., & Ding, P. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect. *Journal of Environmental Management*, 92(11), 2972–2983. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2011.07.011>
 202. Zhongming, Z., Linong, L., Xiaona, Y., Wangqiang, Z., & Wei, L. (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020*. Преузето са <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/555d8101-en/index.html?itemId=/content/component/555d8101-en>
 203. Zhuang, X., Yao, Y., & Li, J. (2019). Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China. *Sustainability*, 11(3), 840. <https://doi.org/10.3390/su11030840>
 204. Илић, Б. С., и Стефановић, В. (2018). Планирање као елемент стратегијског менаџмента у туризму. *Трендови у пословању*, 2(12), 11-18.
 205. Illario, M., De Luca, V., Leonardini, L., Kucharczyk, M., Parent, A. S., Dantas, C., ... & Bousquet, J. (2019). Health tourism: an opportunity for sustainable development. *Translational Medicine@ UniSa*, 19, 109-115.
 206. International Year of Ecotourism (2002). Преузето са <https://www.gdrc.org/uem/ecotour/2002/yearecotourism2002.html>
 207. International Institute for Sustainable Development (2021). *Sustainable Development*. Преузето са <https://www.iisd.org/about-iisd/sustainable-development>
 208. IUCN. (1980). *World conservation strategy: Living resource conservation for sustainable development*. United Nations Environment Programme. [https://doi.org/10.1016/s0378-777x\(82\)80052-8](https://doi.org/10.1016/s0378-777x(82)80052-8)

209. İçöz, O. & Bozkurt, Y. S. (2021). Overtourism: Blessing or Burden?, *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 309-319.
210. Jaafar, M., Bakri, N. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Local community and tourism development: A study of rural mountainous destinations. *Modern Applied Science*, 9(8), 399. <https://doi.org/10.5539/mas.v9n8p399>
211. Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. M., & Ismail, S. (2017). Perceived sociocultural impacts of tourism and community participation: A case study of Langkawi Island. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 123–134. <https://doi.org/10.1177/1467358415610373>
212. Jadin, J., & Rousseau, S. (2022). Local community attitudes towards mangrove forest conservation. *Journal for Nature Conservation*, 126232. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2022.126232>
213. Jalis, M. H. (2019). Marketing and Branding Initiatives for Local Food and Tourism Identity of Terengganu, Malaysia. In R., Hashim, M. H., Mohd Hanafiah, & M., Jamaluddin (Eds.), *Positioning and Branding Tourism Destinations for Global Competitiveness* (pp. 1-22). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7253-4.ch001>
214. Jamrozy, U. (2007). Marketing of tourism: a paradigm shift toward sustainability. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(2), 117-130. <https://doi.org/10.1108/17506180710751669>
215. Jani, D. (2018). Residents' perception of tourism impacts and involvement: A cluster analysis of Kilimanjaro residents, Tanzania. *Business Management Review*, 20(2), 60–71.
216. Jay, O., Capon, A., Berry, P., Broderick, C., de Dear, R., Havenith, G., ... & Ebi, K. L. (2021). Reducing the health effects of hot weather and heat extremes: from personal cooling strategies to green cities. *The Lancet*, 398(10301), 709-724. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(21\)01209-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(21)01209-5)
217. Јегдић, В., и Марковић, Д. (2011). *Менаџмент туристичке дестинације*, Факултет за спорт и туризам, Нови Сад.
218. Јегдић, В., Шкрбић, И., и Милошевић, С. (2013). Специфичности планирања одрживог туризма. *TIMS acta: часопис за спорт, туризам и велнес*, 7(2), 153-162.
219. Jeelani, P., Shah, S. A., Dar, S. N., & Rashid, H. (2022). Sustainability constructs of mountain tourism development: the evaluation of stakeholders' perception using SUS-TAS. *Environment, Development and Sustainability*, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02401-8>
220. Jeon, M. M., Kang, M. M., & Desmarais, E. (2016). Residents' perceived quality of life in a cultural-heritage tourism destination. *Applied Research in Quality of life*, 11(1), 105-123. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9357-8>
221. Jehan, Y., Batool, M., Hayat, N., & Hussain, D. (2022). Socio-economic and environmental impacts of tourism on local community in Gilgit Baltistan, Pakistan: a local community prospective. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-20. <https://doi.org/10.1007/s13132-021-00885-9>
222. Јовичић, Д. (2011). *Менаџмент туристичких дестинација*, Географски факултет Универзитета у Београду, Београд.

223. Јовичић, Д. и Бранков, Ј. (2009). Туристичке атракције – кључни елементи туристичке ресурсне основе. *Гласник Српског географског друштва*, 89(1), 3-20.
224. Jovičić, D. (2014). Key issues in the implementation of sustainable tourism. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 297-302, <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.797386>
225. Jovičić, D., & Ilić, T. (2010). Indicators of sustainable tourism. *Bulletin of the Serbian Geographical Society*, 90(1), 277-305. <https://doi.org/10.2298/GSGD1001277J>
226. Jónás Berki, M., Csapó, J., Pálfi, A., & Aubert, A. (2015). A market and spatial perspective of health tourism destinations: The Hungarian experience. *International Journal of Tourism Research*, 17(6), 602-612. <https://doi.org/10.1002/jtr.2027>
227. Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 Crisis, tourism and sustainable development. *Athens Journal of Tourism*, 7(2), 75-86. <https://doi.org/10.30958/ajt.7-2-1>
228. Jordan, P., Pastras, P., & Psarros, M. (2018). Managing tourism growth in Europe. *The ECM: Dijon, France*.
229. Juganaru, I. D., Juganaru, M., & Anghel, A. (2008). Sustainable tourism types. *Annals of University of Craiova-Economic Sciences Series*, 2(36), 797-804.
230. Jun, S. H., Pongsata, P., & Noh, J. (2016). An Examination of Residents' Support for Tourism Development in Thailand. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 15. Преузето са <https://scholarworks.umass.edu/ttra/2012/Oral/15>
231. Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11. <https://doi.org/10.1177/004728759703600202>
232. Kallis, G., Kostakis, V., Lange, S., Muraca, S., Paulson, S., & Schmelzer, M. (2018). Research on degrowth. *Annual Review of Environment and Resources*, 43(1), 291–316. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-102017-025941>
233. Kapp, K W. (1950). *The social costs of private enterprise*, Harvard University Press.
234. Karytsas, S., Vardopoulos, I., & Theodoropoulou, E. (2019). Factors affecting residents' attitude toward sustainable tourism development. *Tourismos*, 14(1), 1-39.
235. Kasimoglu, M. (Ed.) (2012). *Visions for global tourism industry: creating and sustaining competitive strategies*. BoD–Books on Demand. <https://doi.org/10.5772/2278>
236. Katsoni, V., & Segarra-Oña, M. (2019). *Smart tourism as a driver for culture and sustainability*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-03910-3>
237. Kattiyapornpong, U., Ditta-Apichai, M., Kanjanasilanon, C. & Siriyota, K. (2018). Sustainable tourism development: An Application of social exchange theory in Thailand. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 2(3), 123-12. <https://doi.org/10.31580/apss.v2i3.327>
238. Kayat, K., & Sharif, N. M. (2013). Individual and collective impacts and residents' perceptions of tourism. *Tourism Geographies*, 14(4), 640–653. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.762690>

239. Kvasova, O. (2011). Socio-demographic determinants of eco-friendly tourist attitudes and behaviour. *Tourism Today*, 11, 73-95.
240. Keiner, M. (2005). *History, definition (s) and models of sustainable development*. ETH Zurich.
241. Kennell, J., (2016). Carrying capacity. In J., Jafari, R., Baretje, D., Buhalis, E., Cohen, G. M., Dann, F., Collison,... & J. Fletcher (Eds.), *Encyclopedia of Tourism* (pp.133-135). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8_24
242. Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21–32. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.015>
243. Kim, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community*, Doctoral dissertation, Virginia Tech, USA.
244. Kim, K., M. Uysal, M. J., & Sirgy. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management* 36, 527–40. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>
245. Kim, S. S., Prideaux, B., & Prideaux, J. (2007). Using tourism to promote peace on the Korean Peninsula. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 291-309. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.09.002>
246. Kiper, T. (2013). Role of ecotourism in sustainable development. In O. Murat. (Ed.), *Advance in Landscape Architecture* (pp.773-802), Intech. <https://doi.org/10.5772/55749>
247. Klarin, T. (2018). The concept of sustainable development: From its beginning to the contemporary issues. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 21(1), 67-94. <https://doi.org/10.2478/zireb-2018-0005>
248. Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00006-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-7)
249. Koburtay, T., & Syed, J. (2019). A contextual study of female-leader role stereotypes in the hotel sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 52-73. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560454>
250. Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
251. Koestantia, T., Nuryanti, W., Suwarno, N., Prayitno, B., & Femina, D. (2014). The distribution pattern of creative industries and the spatial system of tourist destinations in Indonesia: The case of Bandung. *International Journal of Architecture and Design*, 25(2), 1140-1148.
252. Kozak, M., & Martin, D. (2012). Tourism life cycle and sustainability analysis: Profit-focused strategies for mature destinations. *Tourism Management*, 33(1), 188-194. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.001>
253. Колтер, М. (2010). *Стратегијски менаџмент на делу*, Data Status.

254. Kostić, M., & Petrović, M. (2015). The importance of biodiversity conservation in human cultural evolution as a key factor for sustainable development. *Hotel and Tourism Management*, 3(1), 68–76.
255. Костић, М., и Милићевић, С. (2018). *Екоменаџмент туристичке дестинације*, Врњачка Бања: Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу.
256. Kostić, M., Lakićević, M., & Milićević, S. (2018). Sustainable tourism development of mountain tourism destinations in Serbia. *Economics of Agriculture*, 65(2), 843-857. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj1802843K>
257. Kostopoulou, S., & Kyritsis, I. (2006). A tourism carrying capacity indicator for protected areas. *Anatolia*, 17(1), 5-24. <https://doi.org/10.1080/13032917.2006.9687024>
258. Kotler P., Bowen J.T., & Makens J. (2014). *Marketing for hospitality and tourism*. Person.
259. Kotler, P. (2017). *Kotler Marketing Group*. Преузето са http://www.kotlermarketing.com/phil_questions.shtml
260. Kristjánsdóttir, H. (2016). Can the Butler's tourist area cycle of evolution be applied to find the maximum tourism level? A comparison of Norway and Iceland to other OECD countries. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(1), 61-75. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1064325>
261. Krstić, B., & Stanišić, T. (2015). Tourism as a factor of competitiveness and development of the EU Countries and Serbia. In B., Krstić, Z. Paszek (Eds.), *The determinants of competitiveness* (pp. 1-15). University of Nis – Faculty of Economics, Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2016.1179103>
262. Krstić, B., Jovanović, S., Janković-Milić, V., & Stanišić, T. (2016). Examination of travel and tourism competitiveness contribution to national economy competitiveness of sub-Saharan Africa countries. *Development Southern Africa*, 33(4), 470-485.
263. Krce Miočić, B. (2014). Povezivanje nautičkog s komplementarnim specifičnim oblicima turizma. *Acta turistica*, 26(2), 155-184.
264. Kryczka, M. (2019). Overtourism vs. sustainable development of tourism. attempts to handle overtourism following the example of Venice. *Studia Periegetica*, 26, 43-61.
265. Kuvan, Y. (2012). Assessing the impacts of tourism on forests: mass tourism and policy in Turkey. *Environmental Engineering & Management Journal (EEMJ)*, 11(8), <https://doi.org/10.30638/eemj.2012.176>
266. Kuvan, Y., & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.019>
267. Kunc, H. P., & Schmidt, R. (2019). The effects of anthropogenic noise on animals: a meta-analysis. *Biology Letters*, 15(11), 20190649. <https://doi.org/10.1098/rsbl.2019.0649>
268. Khanal, A., Rahman, M. M., Khanam, R., & Velayutham, E. (2021). Are tourism and energy consumption linked? Evidence from Australia. *Sustainability*, 13(19), 10800. <https://doi.org/10.3390/su131910800>

269. Kharisma, P. G. Y., & Muni, P. K. S. (2017). Local-wisdom-based spa tourism in Ubud village of Bali, Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 68(8), 188-196. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-08.22>
270. Khosla, R., Miranda, N. D., Trotter, P. A., Mazzone, A., Renaldi, R., McElroy, C., ... & McCulloch, M. (2021). Cooling for sustainable development. *Nature Sustainability*, 4(3), 201-208. <https://doi.org/10.1038/s41893-020-00627-w>
271. Khatib, A. H. (2016). *The Global Tourism Destinations*. Презентационна презентация на <https://slideplayer.com/slide/11342042/>
272. Lai, H. K., Pinto, P., & Pintassilgo, P. (2020). Quality of life and emotional solidarity in residents' attitudes toward tourists: The case of Macau. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287520918016>
273. Lakićević, M., Kostić, M., & Milićević, S. (2020). The method for evaluating and assessing tourism events: The case study of pop music festival in Vrnjačka Banja. *Теме*, 44(2), 475-486. <https://doi.org/10.22190/TEME180209034L>
274. Látková, P., Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67. <https://doi.org/10.1177/0047287510394193>
275. Lexico (2022). *Meaning of Overtourism in English*. Презентационна презентация на <https://www.lexico.com/definition/overtourism>
276. Leaver, D., & Schmidt, R. A. (2009). Before they were famous: music- based tourism and a musician's hometown roots. *Journal of Place Management and Development*. <https://doi.org/10.1108/17538330911013915>
277. Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
278. Lee, C. K., Kang, S. K., Long, P., & Reisinger, Y. (2010). Residents' perceptions of casino impacts: A comparative study. *Tourism Management*, 31(2), 189- 201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.011>
279. Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
280. Leiper, N. (2004). *Tourism management*. Third Edt, Pearson Education Australia.
281. Lemma, A. F. (2014). *Tourism impacts: Evidence of impacts on employment, gender, income*. Overseas Development Institute.
282. Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522-528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
283. Li, X., & Wan, Y. K. P. (2017). Residents' support for festivals: Integration of emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 517-535. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1224889>
284. Li, X., Wan, Y. K. P., & Uysal, M. (2020). Is QOL a better predictor of support for festival development? A social-cultural perspective. *Current Issues in Tourism*, 23(8), 990-1003. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1577807>

285. Li, X., Hsu, C. H. C., & Lawton, L. J. (2014). Understanding residents' perception changes toward a mega-event through a dual theory lens. *Journal of Travel Research*, 54(3), 396–410. <https://doi.org/10.1177/0047287513517422>
286. Li, Y. (2004). Exploring community tourism in China: The case of Nanshan cultural tourism zone. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(3), 175-193. <https://doi.org/10.1080/09669580408667232>
287. Li, L., Li, J., Tang, L., & Wang, S. (2019). Balancing tourism's economic benefit and CO₂ emissions: An insight from input–output and tourism satellite account analysis. *Sustainability*, 11(4), 1052. <https://doi.org/10.3390/su11041052>
288. Li, R., Peng, L., & Deng, W. (2019a). Resident perceptions toward tourism development at a large scale. *Sustainability*, 11(18), 5074. <https://doi.org/10.3390/su11185074>
289. Liang, Z.-X., & Hui, T.-K. (2016). Residents' quality of life and attitudes toward tourism development in China. *Tourism Management*, 57, 56–67. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.05.001>
290. Linderová, I., Scholz, P., & Almeida, N. (2021). Attitudes of local population towards the impacts of tourism development: Evidence from Czechia. *Frontiers in Psychology*, 2028. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.684773>
291. Lipovčan, L. K., Brajša-Žganec, N., & Poljanec-Borić, S. (2014). What is good for tourists should be good for residents too: The relationship between the quality of the touristic offer and subjective well-being of residents. *Tourism Analysis*, 19(6), 719-730. <https://doi.org/10.3727/108354214X14146846679448>
292. Liu, X., & Li, J. (2018). Host perceptions of tourism impact and stage of destination development in a developing country. *Sustainability*, 10(7), 2300. <https://doi.org/10.3390/su10072300>
293. Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X., & Liang, Z. (2014). The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism. *Tourism Management*, 41, 190-201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.016>
294. Long, P. H., & Kayat, K. (2011). Residents' perceptions of tourism impact and their support for tourism development: The case study of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh province, Vietnam. *European Journal of Tourism Research*, 4(2), 123–146. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v4i2.70>
295. López Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: A case study. *Tourismos*, 6(1), 69-84.
296. López, M. F. B., Virto, N. R., Manzano, J. A., & Miranda, J. G. M. (2018). Residents' attitude as determinant of tourism sustainability: The case of Trujillo. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 36-45. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.02.002>
297. Lourenco Gomes, L., Rebelo, J., & Ribeiro, C. (2019). Residents' perceptions of a World Heritage property: A multivariate analysis. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 9(2), 212-226. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-03-2017-0010>

298. Лукић, Т. (2007). Значај Подунавачких бара потенцијалне туристичке дестинације у регионалном развоју Западног Поморавља. *Туризам*, 11(2007), 131-133.
299. Luo, J. M., Lam, C. F., & Ye, B. H. (2019). Barriers for the sustainable development of entertainment tourism in Macau. *Sustainability*, 11(7), 2145. <https://doi.org/10.3390/su11072145>
300. Magaš, D., Vodeb, K., & Zadel, Z. (2018). *Menadžment turističke organizacije i destinacije*. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
301. Maksin, M. (2010). Challenges, responses and partnership for achieving sustainable tourism and heritage preservation. *Spatium*, (22), 11-18. <https://doi.org/10.2298/SPAT1022011M>
302. Maksin, M., Pucar, M., Korać, M., & Milijić, S. (2009). *Menadžment prirodnih i kulturnih resursa u turizmu*. Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment.
303. Malik, A. (2018). The main driver of social unsustainability and its remedy. *International Journal of Social Economics*, 45(6), [10.1108/IJSE-01-2017-0005](https://doi.org/10.1108/IJSE-01-2017-0005)
304. Manning, R. E. (2002). How much is too much? Carrying capacity of national parks and protected areas. In *Monitoring and management of visitor flows in recreational and protected areas. conference proceedings* (pp. 306-313). Bodenkultur University Vienna, Austria.
305. Marzuki, A. (2012). Local residents' perceptions towards economic impacts of tourism development in Phuket. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 60(2), 199-212.
306. Marić, I., Bogdanov, A., & Manić, B. (2009). Architecture of villas as an element of identity of Vrnjačka Banja. *Arhitektura i urbanizam*, (26), 36-44.
307. Martín, J. C., Moreira, P., & Román, C. (2020). A hybrid-fuzzy segmentation analysis of residents' perception towards tourism in Gran Canaria. *Tourism Economics*, 26(7) 1282-1304. <https://doi.org/10.1177/1354816619873463>
308. Martini, U., & Buffa, F. (2015). Local networks, stakeholder dynamics and sustainability in tourism. Opportunities and limits in the light of stakeholder theory and SNA. *Sinergie Italian Journal of Management*, 33(Jan-Apr), 113-130.
309. Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management*. Jordan Hill, Butterworth–Heinemann. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-5970-3.50011-7>
310. Mason, P. (2008). *Tourism impacts, planning and management*. Routledge.
311. Mattessich, P., & Monsey, M. (2004). *Community building: What makes it work*. WilderFoundation.
312. MacKenzie, N., & Gannon, M.J. (2019). Exploring the antecedents of sustainable tourism development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0384>.
313. Mayers, J. (2005). *Stakeholder power analysis*. International Institute for Environment and Development (IIED).
314. Mbaiwa, J. E. (2005). The socio-cultural impacts of tourism development in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2(3), 163-185.

315. Mbaiwa, J.E., (2015). Community-based natural resource management in Botswana. In Van der Duim, R., Lamers, M., Wijk, J. (Eds.), *Institutional Arrangements for Conservation, Development and Tourism in Eastern and Southern Africa*. (pp. 59–80), Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9529-6_4
316. Медицински и *spra* комплекс Меркур (2022). *Медицина*. Преузето са <https://www.vrnjackabanjamerkur.com/medicina.html>
317. Meimand, S. E., Khalifah, Z., Zavadskas, E. K., Mardani, A., Najafipour, A. A., & Ahmad, U. N. U. (2017). Residents' attitude toward tourism development: A sociocultural perspective. *Sustainability*, 9(7), 1170. <https://doi.org/10.3390/su9071170>
318. Meng, F., Li, X., & Uysal, M. (2010). Tourism development and regional quality of life: the case of China. *Journal of China Tourism Research*, 6(2), 164-182. <https://doi.org/10.1080/19388160.2010.481602>
319. Mendes, R., Vareiro, L., & Ferreira, A. R. (2017). Residents' perceptions of film-induced tourism: A Portuguese case study. *Tourism and Hospitality Research*, 17(4), 424-433. <https://doi.org/10.1177/1467358416646624>
320. Mensah, J. (2019). Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review. *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1653531. <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1653531>
321. Merchan, C. I., Diaz-Balteiro, L., & Soliño, M. (2014). Noise pollution in national parks: Soundscape and economic valuation. *Landscape and Urban Planning*, 123, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2013.11.006>
322. Mikayilov, J. I., Mukhtarov, S., Mammadov, J., & Azizov, M. (2019). Re-evaluating the environmental impacts of tourism: does EKC exist?. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(19), 19389-19402. <https://doi.org/10.1007/s11356-019-05269-w>
323. Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353-357.
324. Милетић, Д. (2008). Привреда и јавне службе – Привреда. У Б. Руђинчанин и О. Топаловић. Врњачка Бања на почетку 21. века (стр. 427-476). Народна библиотека „Др Душан Радић”, Врњачка Бања.
325. Милићевић, С. (2008). *Стратешки правци развоја туризма Врњачке Бање*. Магистарски рад, Универзитет Сингидунум.
326. Милићевић, С. (2015). *Од традиционалних бањских лечилишта до дестинација здравственог туризма*, Врњачка Бања: Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу.
327. Милићевић, С. и Штетић, С. (2022). *Менаџмент у туризму*, Универзитет у Крагујевцу: Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи.
328. Milićević, S., Bošković, N., & Lakićević, M. (2021). Sustainable tourism development in mountain areas in Šumadija and Western Serbia. *Journal of Mountain Science*, 18(3), 735-748. <https://doi.org/10.1007/s11629-020-6239-4>
329. Milićević, S., & Đorđević, N. (2017). The process of adaptation of tourist destination offer to the contemporary market tendencies. In *First International Scientific*

- Conference “Challenges of Tourism and Business Logistic, ISCTBL 2017” (pp. 212-219). Goce Delčev University – Shtip, Faculty of Tourism and Business Logistics – Gевгelia, Macedonia.
330. Milićević, S., & Đorđević, N. (2018). Development of Tara mountain on the sustainable development principles. In *International Scientific Conference “Sustainable Agriculture and Rural Development in Terms of the Republic of Serbia Strategic Goals Realization Within the Danube Region”* (pp. 545-561). Institute of Agricultural Economics, Belgrade, Serbia.
331. Milićević, S., & Jovanović, D. (2013). Uštede u hotelskoj industriji – zeleni hoteli. In *Proceedings Hotelska kuća 2013 – The impact of the global tourism flows on the quality of hotel business* (327-334). Hotelska kuća.
332. Milićević, S., & Petrović, J. (2019). Human resource management as a factor of competitiveness in tourism and hospitality. In D. Cvijanović, A.J. Vasile, N. Dimitrov, A. Lemmetyinen, P. Ružić, C. Amdeeski, D. Gnjatović, T. Stanišić, A. Mićović, M. & Leković (Eds.), *TISC – Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja*, (pp. 237-253). Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja.
333. Milićević, S., Kostić, M., & Đorđević, N. (2016). Specificity of ecotourism destination management. In *3rd International Conference: „Higher education in function of development of tourism in Serbia and Western Balkans”* (pp. 277-288). Business and Technical College of Applied Sciences, Užice, Serbia.
334. Milićević, S., Kostić, M., & Đorđević, N. (2016a). Green hotels' function in sustainable management of tourism development. *Agricultural Bulletin of Stavropol Region*, 4(24/2), 44-47.
335. Milićević, S., Podovac, M., & Đorđević, N. (2020). Local residents' attitudes towards tourism events: A case study of the Carnival of Vrnjci, Serbia. *Ekonomika*, 66(2), 75-91. <https://doi.org/10.5937/ekonomika2002075M>
336. Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2009). *The tourism system*, sixth edition. USA: Kendall Hunt.
337. Милосављевић, С., Пантелејић, Ђ., и Међедовић, Д. (2019). Примена и могућност унапређења економских чинилаца у реализацији одрживог развоја. *Одрживи развој*, 1(1), 7-16.
338. Мимовић, П., Коцић, М., и Милановић, М. (2012). А'WOT модел избора оптималне стратегије развоја туризма општине Врњачка Бања. *Теме*, 36(2), 815-836.
339. Министарство трговине, туризма и телекомуникација – Сектор за туризам (2022). *Категорисани објекти Србија – октобар 2022. године*. Преузето са <https://mtt.gov.rs/tekst/93/sektor-za-turizam.php>
340. Mintzer, I.M. (1992). *Confronting climate change: Risks, implications and responses*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511608292>
341. Михаиловић, С., Ђукић, П., и Мојсиловић, М. (2019). *Перцепција и свест грађана о циљевима одрживог развоја*. Демостат.
342. Mitchell, M. S., Cropanzano, R. S., & Quisenberry, D. M. (2012). Social exchange theory, exchange resources, and interpersonal relationships: A modest resolution of

- theoretical difficulties. *Critical Issues in Social Justice*, 99–118. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-4175-5_6
343. Michalkó, G., Bakucz, M., & Rátz, T. (2013). The relationship between tourism and residents' quality of life: A case study of Harkány, Hungary. *European Journal of Tourism Research*, 6(2), 154-169. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v6i2.129>
344. Michalkó, G., Rátz, T., & Irimiás, A. (2011). Quality of life of inhabitants is a Hungarian spa town: the case study of Orosháza. In *Salute e Solidarity. Decimo Seminario Internazionale di Geografia Medica. Atti in Onore Cosimo Palagiano* (pp. 65-78). Edizioni RUX, Perugia.
345. Michniewicz-Ankiersztajn, H., Gonia, A., & Dłużewska, A. (2018). The role of local communities in sustainable tourism development-Noteć River Valley case study. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 44, 181-191. <https://doi.org/10.18276/ept.2018.4.44-15>
346. Modica, P., & Uysal, M. (Eds.) (2016). *Sustainable island tourism: Competitiveness and quality of life*. CABI. <https://doi.org/10.1079/9781780645421.0000>
347. Monterrubio, J. C., & Mendoza-Ontiveros, M. M. (2014). Tourism and the demonstration effect: empirical evidence. *Tourism & Management Studies*, 10(1), 97-103.
348. Morrison, A. M. (2019). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315178929>
349. Mohammadi, M., Khalifah, Z., & Hosseini, H. (2010). Local people perceptions toward social, economic and environmental impacts of tourism in Kermanshah (Iran). *Asian Social Science*, 6(11), 220. <https://doi.org/10.5539/ass.v6n11p220>
350. Mohammadi, M., Khalifah, Z., & Hosseini, M. H. (2010a). Local community attitudes toward social and economic impacts of tourism: A case study of Bisotun, Iran. *World Applied Sciences Journal*, 11(9), 1170-1176.
351. Muganda, M., Sirima, A., & Ezra, P. M. (2013). The role of local communities in tourism development: Grassroots perspectives from Tanzania. *Journal of Human Ecology*, 41(1), 53-66. <https://doi.org/10.1080/09709274.2013.11906553>
352. Munanura, I. E., & Kline, J. D. (2022). Residents' support for tourism: The role of tourism impact attitudes, forest value orientations, and quality of life in Oregon, United States. *Tourism Planning & Development*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.2012713>
353. Muresan, I. C., Oroian, C. F., Harun, R., Arion, F. H., Porutiu, A., Chiciudean, G. O., ... & Lile, R. (2016). Local residents' attitude toward sustainable rural tourism development. *Sustainability*, 8(1), 100. <https://doi.org/10.3390/su8010100>
354. McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140. <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
355. McKercher, B. (2003). Sustainable tourism development-guiding principles for planning and management. In *National seminar on sustainable tourism development*, Bishkek, Kyrgystan. Прейзето ca: http://www.tanzaniagateway.org/docs/Sustainable_tourism_development_%20principles_for_planning_management.pdf

356. McKercher, B. (2005). Destinations as products? A reflection on butler's life cycle. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 97-102. <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081491>
357. McLaughlin, J. M. (2011). *Ecotourism assessment: Applying the principles of ecotourism to paddle-based recreation in St. Lawrence Islands National Park and Environs*. Queen's University (Canada).
358. McCool, S. F., & Bosak, K. (Eds.) (2016). *Reframing sustainable tourism*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-94-017-7209-9>
359. My Green Style (2022). *So Close to the Stars – Glamping Olimia Adria Village* Преузето са <https://my-greenstyle.com/en/den-sternen-so-nah-glamping-olimia-adria-village/>
360. Navarro, D. (2015). Tourist resources and tourist attractions: Conceptualization, classification and assessment. *Cuadernos de Turismo*, (35), 481-484.
361. Nagarjuna, G. (2015). Local community involvement in tourism: A content analysis of websites of wildlife resorts. *Atna Journal of Tourism Studies*, 10(1), 13-21. <https://doi.org/10.12727/ajts.13.2>
362. Nadoveza, B., & Pešić, H. (2020). Sustainable development: Production force of modern society. *Održivi razvoj*, 2(1), 31-40. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2001031N>
363. Namugenyi, C., Nimmagadda, S. L., & Reiners, T. (2019). Design of a SWOT analysis model and its evaluation in diverse digital business ecosystem contexts. *Procedia Computer Science*, 159, 1145-1154. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.283>
364. Nannally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*, Second ed. McGraw-Hill, New York.
365. National Aeronautics and Space Administration – NASA (2021). *The Causes of Climate Change*. Преузето са <https://climate.nasa.gov/causes/>
366. Nault, A. (2022). *Overtourism in Barcelona: From “Tourist go home” to “Please come back”*. Преузето са <https://www.tourism-review.com/authorities-need-to-prevent-overtourism-in-barcelona-news12403>
367. Национална стратегија одрживог развоја: 57/2008-6. Преузето са <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2008/57/1/reg>
368. Nawrocka, A., (2020). *Tourismphobia*. Преузето са <https://www.shapingsociety.nl/en/article/tourismphobia.html>
369. Nematpour, M., & Faraji, A. (2019). Structural analysis of the tourism impacts in the form of future study in developing countries (case study: Iran). *Journal of Tourism Futures*, 5(3), 259-282. <https://doi.org/10.1108/JTF-05-2018-0028>
370. Ненковић, М., и Пуцар, М. (2019). Супституција традиционалних извора енергије коришћењем геотермалних извора и енергије биомасе у бањама Србије – територијална распрострањеност и могућности примене. *Зборник Међународног конгреса о КГХ*, 36(1), 129-138.
371. Neuts, B., Kimps, S., & van der Borg, J. (2021). Resident support for tourism development: Application of a simplified resident empowerment through tourism scale on developing destinations in Flanders. *Sustainability*, 13(12), 6934. <https://doi.org/10.3390/su13126934>

372. Nitti, M., Pilloni, V., Giusto, D., & Popescu, V. (2017). IoT Architecture for a sustainable tourism application in a smart city environment. *Mobile Information Systems*, 2017. <https://doi.org/10.1155/2017/9201640>
373. Nova.rs (2021). *Vode vode do slobode*. Преузето са <https://nova.rs/vesti/drustvo/vode-vode-do-slobode-novi-protest-zbog-presusivanja-izvora-u-vrnjackoj-banji/>
374. Nordin, S., & Westlund, H. (2009). Social capital and the life cycle model: The transformation of the destination of Åre. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 57(3), 259-284.
375. Nunkoo, R. (2015). Tourism development and trust in local government. *Tourism Management*, 46, 623–634. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.016>.
376. Nunkoo, R. (2016). Toward a more comprehensive use of social exchange theory to study residents' attitudes to tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 588–596. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30303-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30303-3)
377. Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243–268. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>
378. Nunkoo, R., & So, K. K. F. (2015). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861. <https://doi.org/10.1177/0047287515592972>
379. Nyaupane, G. P., & Thapa, B. (2006). Perceptions of environmental impacts of tourism: A case study at ACAP, Nepal. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 13(1), 51–61. <https://doi.org/10.1080/13504500609469661>
380. Obradović, S., Tešin, A., Božović, T., & Milošević, D. (2021). Residents' perceptions of and satisfaction with tourism development: A case study of the Uvac Special Nature Reserve, Serbia. *Tourism and Hospitality Research*. 21(1), 31-43. <https://doi.org/10.1177/1467358420946789>
381. OECD (2020). *Tourism Trends and Policies 2020*. Преузето са <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/82b46508-en/index.html?itemId=/content/component/82b46508-en#boxsection-d1e10716> (16.06.2022).
382. Özdemir, E., & Kılıç, S. (2018). Augmented Reality: applications and implications for tourism. In J. M., Rodrigues, C. M., Ramos, P. J., Cardoso, & C. Henriques (Eds.), *Handbook of research on technological developments for cultural heritage and eTourism applications* (pp. 54-71). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2927-9.ch003>
383. Ozonpress (2021). Преузето са <https://www.ozonpress.net/ekonomija/vrnjacka-banja-dotakla-dno-zatvorena-dva-izvora-lekovite-vode/>
384. Ozturk I, Al-Mulali U., & Saboori B (2015). Investigating the environmental Kuznets curve hypothesis: the role of tourism and ecological footprint. *Environ Sci Pollut Res* 23(2), 1916–1928. <https://doi.org/10.1007/s11356-015-5447-x>
385. Okech, R. N. (2010). Socio-cultural impacts of tourism on world heritage sites: communities' perspective of Lamu (Kenya) and Zanzibar Islands. *Asia Pacific*

- Journal of Tourism Research*, 15(3), 339–351.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2010.503624>
386. Oklevik, O., Gössling, S., Hall, C. M., Steen Jacobsen, J. K., Grøtte, I. P., & McCabe, S. (2019). Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1804-1824. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1533020>
387. Olya, H. G., & Gavilyan, Y. (2017). Configurational models to predict residents' support for tourism development. *Journal of Travel Research*, 56(7), 893-912. <https://doi.org/10.1177/0047287516667850>
388. Општина Врњачка Бања (2010). *Локални еколошки акциони план општине Врњачка Бања*. Врњачка Бања.
389. Општина Врњачка Бања (2017). *Службени Лист Општине Врњачка Бања*, 13(16), Врњачка Бања.
390. Општина Врњачка Бања (2018). *План јавног здравља општине Врњачка Бања 2019-2029*. Преузето са <https://www.vrnjackabanja.gov.rs/images/clanak/1189/dokumenta/plan-javnog-zdravlja-opstine-vrnjacka-banja-2019-2029.pdf>
391. Општина Врњачка Бања (2020). *Локални акциони план запошљавања за 2020. годину*. Преузето са <https://www.vrnjackabanja.gov.rs/images/clanak/1612/dokumenta/lokalni-akcioni-plan-zaposljavanja-opstine-vrnjacka-banja-za-2020.pdf>
392. Општина Врњачка Бања (2022). *Галерија*. Преузето са <https://www.vrnjackabanja.gov.rs/#gallery-7>
393. Општинска стамбена агенција Врњачка Бања (2017). *План генералне регулације Врњачке Бање*. Преузето са <https://www.vrnjackabanja.gov.rs/images/clanak/415/dokumenta/tekst-plana.pdf>
394. Pavlović, M., Radivojević, N., & Lazić, J. (2009). Sustainable development of spa tourism in Serbia. *Industrija*, 37(2), 37-57.
395. Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24(2), 203-216. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00056-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00056-0)
396. Pavluković, V., Stankov, U., & Arsenović, D. (2020). Social impacts of music festivals: A comparative study of Sziget (Hungary) and Exit (Serbia). *Acta geographica Slovenica*, 60(1), 21-35. <https://doi.org/10.3986/AGS.6514>
397. Page, S. (2007). *Tourism management*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080481425>
398. Papastathopoulos, A., Ahmad, S. Z., Al Sabri, N., & Kaminakis, K. (2020). Demographic analysis of residents' support for tourism development in the UAE: A Bayesian structural equation modeling multigroup approach. *Journal of Travel Research*, 59(6), 1119–1139. <https://doi.org/10.1177/0047287519874131>
399. Paul, B. D. (2008). A history of the concept of sustainable development: literature review. *The Annals of the University of Oradea, Economic Sciences Series*, 17(2), 576-580.

400. Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J., & Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 619–628. <https://doi.org/10.1002/jtr.2134>
401. Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B. & Postma, A., (2019). *Research for TRAN Committee – Overtourism: impact and possible policy responses*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.
402. Perez, E. A., & Nadal, J. R. (2005). Host community perceptions a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.11.004>
403. Perić, M. (2018). Estimating the perceived socio-economic impacts of hosting large-scale sport tourism events. *Social Sciences*, 7(10), 176. <https://doi.org/10.3390/socsci7100176>
404. Perkumienė, D., & Pranskūnienė, R. (2019). Overtourism: Between the right to travel and residents' rights. *Sustainability*, 11(7), 2138. <https://doi.org/10.3390/su11072138>
405. Peručić, D., & Puh, B. (2012). Attitudes of citizens of Dubrovnik towards the impact of cruise tourism on Dubrovnik. *Tourism and Hospitality Management*, 18(2), 213-228. <https://doi.org/10.20867/thm.18.2.4>
406. Petrović, J., & Đoković, F. (2017). Economic aspects of sustainable tourism development of Vrnjci Spa. *Economics of Sustainable Development*, 1(1), 83-91.
407. Petroman, C. (2015). Typology of Tourism Destinations. *Scientific Papers: Animal Science & Biotechnologies/Lucrari Stiintifice: Zootehnie si Biotehnologii*, 48(1), 338-342.
408. Pike, S. (2007). *Destination marketing organisations*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080494463>
409. Pike, S. (2008). *Destination marketing: An integrated marketing communication approach*. Elsevier Butterworth-Heinemann: Oxford, UK.
410. Pike, S. (2012). *Destination marketing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080568935>
411. Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination marketing organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202-227. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.009>
412. Piuchan, M. (2018). Plog's and Butler's models: A critical review of psychographic tourist typology and the tourist area life cycle. *Turizam*, 22(3), 95-106. <https://doi.org/10.5937/turizam22-18835>
413. Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58. <https://doi.org/10.1177/001088047401400409>
414. Povoledo, E. (2022). *Visiting Venice? Make a Reservation and Be Ready to Pay*. NY Times. Прейзето ка <https://www.nytimes.com/2022/07/01/world/europe/venice-tourism-register-pay.html>
415. Podovac, M., & Jovanović Tončev, M. (2016). The importance of sustainable rural tourism development in Serbia. In *Sinteza 2016-International Scientific Conference on*

- ICT and E-Business Related Research* (pp. 575-581). Singidunum University. <https://doi.org/10.15308/Sinteza-2016-575-581>
416. Podovac, M., Milićević, S., & Đorđević, N. (2020). Residents' satisfaction towards tourism events: A study of music festival Lovefest, Vrnjačka Banja. *Ekonomija teorija i praksa*, 13(4), 57-76. <https://doi.org/10.5937/etp2004057P>
417. Pomering, A., Noble, G., & Johnson, L. W. (2011). Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(8), 953-969. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.584625>
418. Попеску, Ј. (2007). *Управљање туристичким дестинацијама*, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд.
419. Попеску, Ј. (2011). *Менаџмент туристичких дестинација*, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд.
420. Porter, M. E. (1990). What is national competitiveness?. *Harvard Business Review*, 68(2), 84-85.
421. Portney, K. E. (2013). *Taking sustainable cities seriously: Economic development, the environment, and quality of life in American cities*. MIT Press.
422. Počuča, M., & Matijašević-Obradović, J. (2020). Међусобна условљеност животне средине и туризма-значај мониторинга квалитета ваздуха Града Новог Сада у развоју и унапређењу туризма. *Pravo-teorija i praksa*, 37(2), 17-34. <https://doi.org/10.5937/ptp2002017P>
423. Правилник о начину одређивања и одржавања зона санитарне заштите изворишта водоснабдевања (2008). Преузето са <https://www.zurnis.rs/zakoni/Pravilnik%20o%20zonama%20sanitarne%20zasitite.pdf>
424. Prasad, N. S., & Kumar, N. N. (2022). Resident Perceptions of Environment and Economic Impacts of Tourism in Fiji. *Sustainability*, 14(9), 4989. <https://doi.org/10.3390/su14094989>
425. Pratama, I. G. S., & Mandaasari, I. C. S. (2020). The impact of tourism development on the economic, cultural and environmental aspects of local communities. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 31-36. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.819>
426. Prayag, G., Dookhony-Ramphul, K., & Maryeven, M. (2010). Hotel development and tourism impacts in Mauritius: Hoteliers' perspectives on sustainable tourism. *Development Southern Africa*, 27(5), 697-712. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2010.522832>
427. Presenza, A., Sheehan, L., & Ritchie, J. B. (2005). Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, 3(1), 1-16.
428. Phillips, J., & Faulkner, J. (2013). *Tourism investment and finance accessing sustainable funding and social impact capital*. US Agency for International Development.
429. Ramírez, F., & Santana, J. (2019). Education and ecotourism. In F., Ramírez, J., Santana, F., Ramírez, & J.Santana (Eds.), *Environmental Education and Ecotourism* (pp. 21-25). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-01968-6_4

430. Rasoolimanesh, S. M., Ali, F., & Jaafar, M. (2018). Modeling residents' perceptions of tourism development: Linear versus non-linear models. *Journal of Destination Marketing and Management*, 10, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.05.007>
431. Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiar, K., & Seyfi, S. (2020). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1775621>
432. Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147–158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.019>
433. Ratz, T. (2000). Residents' perceptions of the sociocultural impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary. In G., Richards, & H., Derek (Eds.), *Tourism and Sustainable Community Development*. (pp. 36–47). Routledge.
434. Rahmafritia, F., Pearce, P. L., Oktadiana, H., & Putro, H. P. H. (2020). Tourism planning and planning theory: Historical roots and contemporary alignment. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100703. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100703>
435. Revfine (2022). *Sustainable Tourism Guide: What is, Why Important, Examples and More*. Преузето са <https://www.revfine.com/sustainable-tourism/>
436. Регулаторни институт за обновљиву енергију и животну средину (2022) Преузето са <https://www.reri.org.rs/pocela-ilegalna-gradnja-panoramskog-tocka-u-parkovima-vrnjacke-banje/>
437. Reisinger, Y. (2009). *International tourism: Cultures and behavior*. Oxford: Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7897-1.00005-4>
438. Републички завод за развој Републике Србије (2005). *Програм развоја општине Врњачка Бања 2005-2015. година*. Београд.
439. Републички завод за статистику Републике Србије (2012). *Попис становништва, домаћинства и станова 2011. у Републици Србији – Национална припадност*. Београд. Преузето са <https://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/Popis2011/Nacionalna%20pripadnost-Ethnicity.pdf>
440. Републички завод за статистику Републике Србије (2013). *Општине и региони 2016*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2013/Pdf/G20132011.pdf>
- Републички завод за статистику Републике Србије (2014). *Становништво – Упоредни преглед броја становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002. и 2011. године*. Београд. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2014/Pdf/G20144008.pdf>
441. Републички завод за статистику Републике Србије (2013а). *Попис становништва, домаћинства и станова 2011. у Републици Србији – Економска активност*. Београд. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2013/Pdf/G20134007.pdf>

442. Републички завод за статистику Републике Србије (2014а). *Становништво – Извори средстава за живот*. Београд. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2014/Pdf/G20144004.pdf>
443. Републички завод за статистику Републике Србије (2014б). *Општине и региони 2017*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2014/Pdf/G20142014.pdf>
444. Републички завод за статистику Републике Србије (2015). *Општине и региони 2018*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2015/Pdf/G20152017.pdf>
445. Републички завод за статистику Републике Србије (2016). *Општине и региони 2016*. Преузето са <http://publikacije.stat.gov.rs/G2016/Pdf/G20162020.pdf>
446. Републички завод за статистику Републике Србије (2017). *Општине и региони 2017*. Преузето са <https://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2017/pdf/G20172023.pdf>
447. Републички завод за статистику Републике Србије (2018). *Општине и региони 2018*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2018/Pdf/G201813045.pdf>
448. Републички завод за статистику Републике Србије (2019). *Општине и региони 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G201913046.pdf>
449. Републички завод за статистику Републике Србије (2019а). *Туристички промет Децембар 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201020.pdf>
450. Републички завод за статистику Републике Србије (2019б). *Туристички промет Новембар 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191336.pdf>
451. Републички завод за статистику Републике Србије (2019в). *Туристички промет Октобар 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191308.pdf>
452. Републички завод за статистику Републике Србије (2019г). *Туристички промет Септембар 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191282.pdf>
453. Републички завод за статистику Републике Србије (2019д). *Туристички промет Август 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191261.pdf>
454. Републички завод за статистику Републике Србије (2019ђ). *Туристички промет Јул 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191230.pdf>
455. Републички завод за статистику Републике Србије (2019е). *Туристички промет Јун 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191205.pdf>
456. Републички завод за статистику Републике Србије (2019ж). *Туристички промет Мај 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191170.pdf>
457. Републички завод за статистику Републике Србије (2019з). *Туристички промет Април 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191127.pdf>
458. Републички завод за статистику Републике Србије (2019и). *Туристички промет Март 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191111.pdf>
459. Републички завод за статистику Републике Србије (2019ј). *Туристички промет Фебруар 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191078.pdf>
460. Републички завод за статистику Републике Србије (2019к). *Туристички промет Јануар 2019*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G20191048.pdf>

461. Републички завод за статистику Републике Србије (2020). *Општине и региони 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G202013047.pdf>
462. Републички завод за статистику Републике Србије (2020а). *Туристички промет Децембар 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211024.pdf>
463. Републички завод за статистику Републике Србије (2020б). *Туристички промет Новембар 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201348.pdf>
464. Републички завод за статистику Републике Србије (2020в). *Туристички промет Октобар 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201319.pdf>
465. Републички завод за статистику Републике Србије (2020г). *Туристички промет Септембар 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201290.pdf>
466. Републички завод за статистику Републике Србије (2020д). *Туристички промет Август 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201264.pdf>
467. Републички завод за статистику Републике Србије (2020ђ). *Туристички промет Јул 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201238.pdf>
468. Републички завод за статистику Републике Србије (2020е). *Туристички промет Јун 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201205.pdf>
469. Републички завод за статистику Републике Србије (2020ж). *Туристички промет Мај 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201175.pdf>
470. Републички завод за статистику Републике Србије (2020з). *Туристички промет Април 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201132.pdf>
471. Републички завод за статистику Републике Србије (2020и). *Туристички промет Март 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201111.pdf>
472. Републички завод за статистику Републике Србије (2020ј). *Туристички промет Фебруар 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201081.pdf>
473. Републички завод за статистику Републике Србије (2020к). *Туристички промет Јануар 2020*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G20201044.pdf>
474. Републички завод за статистику Републике Србије (2021). *Општине и региони 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G202113048.pdf>
475. Републички завод за статистику Републике Србије (2021а). *Туристички промет Новембар 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211350.pdf>
476. Републички завод за статистику Републике Србије (2021б). *Туристички промет Октобар 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211317.pdf>
477. Републички завод за статистику Републике Србије (2021в). *Туристички промет Септембар 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211287.pdf>
478. Републички завод за статистику Републике Србије (2021г). *Туристички промет Август 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211265.pdf>

479. Републички завод за статистику Републике Србије (2021д). *Туристички промет Јул 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211233.pdf>
480. Републички завод за статистику Републике Србије (2021ђ). *Туристички промет Јун 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211204.pdf>
481. Републички завод за статистику Републике Србије (2021е). *Туристички промет Мај 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211168.pdf>
482. Републички завод за статистику Републике Србије (2021ж). *Туристички промет Април 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211132.pdf>
483. Републички завод за статистику Републике Србије (2021з). *Туристички промет Март 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211106.pdf>
484. Републички завод за статистику Републике Србије (2021и). *Туристички промет Фебруар 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211079.pdf>
485. Републички завод за статистику Републике Србије (2021ј). *Туристички промет Јануар 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2021/Pdf/G20211046.pdf>
486. Републички завод за статистику Републике Србије (2022). *Природно кретање становништва 1961-2021, године – Врњачка Бања*. Београд. Преузето са http://devinfo.stat.gov.rs/SerbiaProfileLauncher/files/profiles/sr/2/DI_Profil1_Vrnjacka%20Banja_EURSRB002001007002.pdf
487. Републички завод за статистику Републике Србије (2022а). *Врњачка Бања*. Београд. Преузето са http://devinfo.stat.gov.rs/SerbiaProfileLauncher/files/profiles/sr/1/DI_Profil_Vrnjacka%20Banja_EURSRB002001007002.pdf
488. Републички завод за статистику Републике Србије (2022б). *Туристички промет Децембар 2021*. Преузето са <https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/Pdf/G20221016.pdf>
489. Responsible Travel (2022). *Overtourism in Barcelona*. Преузето са <https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-barcelona>
490. Ribeiro, M. A., & Valle, P. O. D. (2013). Residents' attitudes towards tourism development: a segmentation analysis. *Revista Internacional em Língua Portuguesa*, 26(1), 89-108.
491. Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A., & Woosnam, K. M. (2018). Examining the predictive validity of SUS-TAS with maximum parsimony in developing island countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(3), 379-398. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1355918>
492. Rivera, M., Croes, R., & Lee, S. H. (2016). Tourism development and happiness: A residents' perspective. *Journal of Destination Marketing and Management*, 5(1), 5-15. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.002>
493. Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi. <https://doi.org/10.1079/9780851996646.0000>
494. Ritchie, H. (2021). *The world is making progress on clean water and sanitation, but is far behind its target to ensure universal access by 2030*. Преузето са <https://ourworldindata.org/water-sanitation-2020-update>

495. Richards, G. (Ed.) (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. Psychology Press.
496. Romero Frías, E., & Leontidis, C. (2020). The impact of sharing economy in heritage neighborhoods in Granada. In I. R., de Luna, À., Fitó-Bertran, J., Lladós-Masllorens, & F., Liébana-Cabanillas (Eds.), *Sharing Economy and the Impact of Collaborative Consumption* (pp. 69-96). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9928-9.ch005>
497. Rowley, T. J. (1997). Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences. *Academy of Management Review*, 22(4), 887-910. <https://doi.org/10.2307/259248>
498. Ruastiti, N. M., Pradana, G. Y. K., Purnaya, I. G. K., & Parwati, K. S. M. (2018). The royal dinner party Puri Anyar Kerambitan Tabanan: A sustainable cultural tourism attraction based on local community. In *1st International Conference on Social Sciences (ICSS 2018)* (pp. 1448-1459). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/icss-18.2018.305>
499. Руђинчанин, Б., (2008). Минералне воде – Историјат. У Б. Руђинчанин и О. Топаловић. *Врњачка Бања на почетку 21. века* (стр. 97-108). Народна библиотека „Др Душан Радић”, Врњачка Бања.
500. Руђинчанин, Б., (2008а). Култура – Историјат. У Б. Руђинчанин и О. Топаловић. *Врњачка Бања на почетку 21. века* (стр. 537-577). Народна библиотека „Др Душан Радић”, Врњачка Бања.
501. Ruhanen, L., Moyle, C., & Moyle, B. (2018). New directions in sustainable tourism research. *Tourism Review*. 74 (2), 138-149. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2017-0196>
502. Saarinen, J. (2004). Destinations in change. *Tourist Studies*, 4(2), 161–179. <https://doi.org/10.1177/1468797604054381>
503. Saed News (2021). *Measuring the Socio-Cultural Impacts of Tourism*. Преузето са <https://old.saednews.com/en/post/measuring-the-socio-cultural-impacts-of-tourism>
504. Saraniemi, S., & Kylänen, M. (2010). Problematizing the concept of tourism destination: An analysis of different theoretical approaches. *Journal of Travel Research*, 50(2), 133–143. <https://doi.org/10.1177/0047287510362775>
505. Satterthwaite, D. (1997). Sustainable cities or cities that contribute to sustainable development?. *Urban Studies*, 34(10), 1667-1691. <https://doi.org/10.1080/0042098975394>
506. Seba, J.A., (2012). *Ecotourism and sustainable tourism: New perspectives and studies*. Apple Academic press, Inc. <https://doi.org/10.1201/b12233>
507. Sena, A., & Ebi, K. (2021). When land is under pressure health is under stress. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(1), 136. <https://doi.org/10.3390/ijerph18010136>
508. Seraphin, H., Sheeran, P., & Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374-376. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.011>
509. Siddiqi, M. (2001). *Economics: An Islamic approach*, Institute of Policy Studies, Islamabad.

510. Simón, F. J. G., Narangajavana, Y., & Marqués, D. P. (2004). Carrying capacity in the tourism industry: a case study of Hengistbury Head. *Tourism Management*, 25(2), 275–283. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00089-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00089-X)
511. Singla, M. (2014). A case study on socio-cultural impacts of tourism in the city of Jaipur, Rajasthan: India. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 3(2), 10-23.
512. Sinclair Maragh, G. (2017). Demographic analysis of residents' support for tourism development in Jamaica. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 5–12. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.005>
513. Sinclair Maragh, G., Gursoy, D., & Vieregge, M. (2015). Residents' perceptions toward tourism development: A factor-cluster approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 36–45. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.10.001>
514. Sirakaya, E., Teye, V., & Sönmez, S. (2002). Understanding residents' support for tourism development in the central region of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41(1), 57-67. <https://doi.org/10.1177/004728750204100109>
515. Sirakaya-Turk, E., Ekinci, Y., & Kaya, A. G. (2008). An examination of the validity of SUS-TAS in cross-cultures. *Journal of Travel Research*, 46(4), 414-421. <https://doi.org/10.1177/0047287507308328>
516. Smith, A., Ritchie, B. W., & Chien, P. M. (2018). Citizens' attitudes towards mega-events: A new framework. *Annals of Tourism Research*, 74, 208-210. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.07.006>
517. Soeroso, A., & Susilo, Y. S. (2014). Traditional Indonesian gastronomy as a cultural tourism attraction. *Journal of Applied Economics in Developing Countries*, 1(1), 45-60.
518. Sözen, E., & Güven, U. (2019). The effect of online assessments on students' attitudes towards undergraduate-level geography courses. *International Education Studies*, 12(10), 1-8. <https://doi.org/10.5539/ies.v12n10p1>
519. Soldić Frleta, D., & Smolčić Jurdana, D. (2020). Insights into differences in residents' attitudes: Tourism impacts and support for future development. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(2), 170-180. <https://doi.org/10.37741/t.68.2.5>
520. Solimar International (2018). *The Importance of Measuring Tourism Impacts*. Преузето са <https://www.solimarininternational.com/the-importance-of-measuring-tourism-impacts/>
521. Spa Travel (2022). *Kongresni turizam*. Преузето са <https://www.spatravel.rs/poslovni-turizam-vrnjacka-banja-2/>
522. Спортски центар Врњачка Бања (2022). *Спортске хале*. Преузето са <http://www.scvrnjackabanja.rs/objekti/sportske-hale>
523. Statista (2022). *Number of Tourist Arrivals in the Italian Municipality of Venice from 2003 to 2021*. Преузето са <https://www.statista.com/statistics/732406/overnight-tourist-arrivals-in-venice-italy/>
524. Stergiou, D. P. (2022). Social exchange theory. In D. Buhalis (Ed.) *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (pp. 145-148). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.social.exchange.theory>

525. Stoddart, H. (2011). A pocket guide to sustainable development governance. Stakeholder Forum. In E.W. Cruickshank, K., Schneeberger, & N. Smith (Eds.), *United Nations Conference on the Human Environment (1992). Rio Declaration on Environment and Development*. United Nations.
526. Стојановић, В. (2011). *Туризам и одрживи развој*. Универзитет у Новом Саду, ПМФ.
527. Stocker, F., Mascena, K., Cunha, M., Azevedo, A. C., Voaventura, J., & Gama, M. (2019). Network theory of stakeholder influences: a revisited approach. *Cadernos Ebapec*, 17, 673-688. <https://doi.org/10.1590/1679-395176683x>
528. *Стратегија одрживог развоја општине Врњачка Бања 2013-2023*. Преузето са <https://www.vrnjackabanja.gov.rs/images/clanak/635/dokumenta/preuzmite-dokument-strategija-odrzivog-razvoja-opstine-vrnjacka-banja-2013-2023.pdf>
529. *Стратегија одрживог урбаног развоја Републике Србије до 2030. године: 47/2019-4*. Преузето са <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2019/47/1/reg>
530. *Стратегија пољопривреде и руралног развоја општине Врњачка Бања, 2014 - 2024*. Преузето са <https://www.vrnjackabanja.gov.rs/images/clanak/633/dokumenta/preuzmite-dokument-strategija-poljoprivrede-i-ruralnog-razvoja-opstine-vrnjacka-banja-2014-2024.pdf>
531. Su, X., Yan, X., & Tsai, C. L. (2012). Linear regression. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Computational Statistics*, 4(3), 275–294. <https://doi.org/10.1002/wics.1198>
532. Su, L., Huang, S., & Huang, J. (2018). Effects of destination social responsibility and tourism impacts on residents' support for tourism and perceived quality of life. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), 1039-1057. <https://doi.org/10.1177/1096348016671395>
533. Suebwongsuwan, W., & Nomnian, S. (2020). Thai hotel undergraduate interns' awareness and attitudes towards English as a lingua franca. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 9(3), 704-716. <https://doi.org/10.17509/ijal.v9i3.23221>
534. Sun, Q., & Liu, Z. (2020). Impact of tourism activities on water pollution in the West Lake Basin (Hangzhou, China). *Open Geosciences*, 12(1), 1302-1308. <https://doi.org/10.1515/geo-2020-0119>
535. Sustainable Tourism (2022). *Defining Sustainable Tourism*. Преузето са <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/sustour-define.html>
536. Sustainable Tourism (2022a). *Definitions* <https://sustainabletourism.net/definitionsandresources/>
537. Sustainable Travel (2022). *Impact monitoring*. Преузето са <https://sustainabletravel.org/our-work/our-approach/impact-monitoring/>
538. Sustaining Tourism (2022). *Destinations*. Преузето са <https://sustainabletourism.net/destinationcasestudies/>
539. Sutawa, G. K. (2012). Issues on Bali tourism development and community empowerment to support sustainable tourism development. *Procedia Economics and Finance*, 4, 413-422. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00356-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00356-5)

540. Sharma, B., & Dyer, P. (2009). Residents' involvement in tourism and their perceptions of tourism impacts. *Benchmarking: An International Journal*, 16(3), 351–371. <https://doi.org/10.1108/14635770910961371>
541. Sharma, B., & Dyer, P. (2009a). An investigation of differences in residents' perceptions on the Sunshine Coast: tourism impacts and demographic variables. *Tourism Geographies*, 11(2), 187-213. <https://doi.org/10.1080/14616680902827159>
542. Sharma, R., & Bhattacharya, A. K. (2014). Mass tourism as a potential noise pollution threat-A case study of Bhojpur tourism destination in Madhya Pradesh, India. *International Journal of Environmental Sciences*, 5(3), 515.
543. Sharma, R., & Rao, P. (Eds.) (2018). *Environmental impacts of tourism in developing nations*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5843-9>
544. Sharpley, R. (2018). *Tourism, tourists and society*. 5th ed., Milton: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315210407>
545. Sheehan, L. R., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination stakeholders exploring identity and salience. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 711–734. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.013>
546. Shen, H., Luo, J., & Zhao, A. (2017). The sustainable tourism development in Hong Kong: An analysis of Hong Kong residents' attitude towards mainland Chinese tourist. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(1), 45-68. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2016.1167650>
547. Shin, Y. (2010). Residents' perceptions of the impact of cultural tourism on urban development: The case of Gwangju, Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(4), 405–416. <https://doi.org/10.1080/10941665.2010.520944>
548. Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, 77, 49–61. doi:10.1016/j.annals.2019.05.007
549. Scott, N. (2011). *Tourism and Policy*. Goodfellow Publishers Ltd.
550. Scherl, L. M., & Edwards, S. (2007). Tourism, indigenous and local communities and protected areas in developing nations. *Tourism and Protected Areas: Benefits Beyond Boundaries*, 71-88. <https://doi.org/10.1079/9780851990224.0071>
551. Scholtz, M. (2014). *A critical assessment of the social impacts of tourism in selected South African Communities*. Doctoral dissertation, Potchefstroom Campus of the North-West University of South Africa. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007>
552. Styliadis, D. (2020). Using destination image and place attachment to explore support for tourism: tourism vs. non-tourism employees. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 44(6), 951-973. <https://doi.org/10.1177/1096348020919157>
553. Styliadis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006>
554. Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Cabi. <https://doi.org/10.1079/9780851993140.0000>
555. Tan, W. K., Liu, W. C., & Hu, Y. N. (2013). Finding the crucial factors for sustainable development of rural-based tourist destinations: using Nanzhuang, Taiwan as a case study. *Service Business*, 7(4), 623-640. <https://doi.org/10.1007/s11628-012-0178-2>

556. Tanguay, G. A., Rajaonson, J., & Therrien, M. (2013). Sustainable tourism indicators: Selection criteria for policy implementation and scientific recognition. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 862–879. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.742531>
557. Teye, V., Sönmez, S. F., & Sirakaya, E. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668–688. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00074-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00074-3)
558. Тепавчевић, Ј., Блешић, И., Брадић, М., и Ивков, М. (2019). Ставови локалног становништва према развоју туризма у Врбасу. *TIMS Acta* 13, 15-25.
559. Tichaawa, T. M., & Moyo, S. (2019). Urban resident perceptions of the impacts of tourism development in Zimbabwe. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 43(43), 25-44. <https://doi.org/10.2478/bog-2019-0002>
560. Тодоровић, А. (2022). Физичко-географске карактеристике Врњачке Бање. Преузето са <http://sgd.org.rs/publikacije/globus/32/019%20Aleksandar%20Todorovic%20-%20FIZICKO-GEOGRAFSKE%20KARAKTERISTIKE%20VRNJACKE%20BANJE.pdf>
561. Топаловић, О., (2008). Прошлост – Почечи. У Б. Руђинчанин и О. Топаловић. *Врњачка Бања на почетку 21. века* (стр. 11-43). Народна библиотека „Др Душан Радић”, Врњачка Бања.
562. Томка, Д. (2012). *Основе туризма*, Факултет за спорт и туризам ТИМС, Нови Сад.
563. Tomljenović, R., & Faulkner, B. (2000). Tourism and older residents in a sunbelt resort. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 93-114. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00062-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00062-6)
564. Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00039-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1)
565. Tourism Theories (2010). *The Background of Sustainable Tourism*. Преузето са <http://www.tourismtheories.org/?p=958>
566. Tourism Concern & World Wide Fund for Nature (1992). *Beyond the green horizon: a discussion paper on principles for sustainable tourism*. London: WWF (World Wide Fund for Nature), and Tourism Concer
567. Tournois, L., & Djeric, G. (2019). Evaluating urban residents' attitudes towards tourism development in Belgrade (Serbia). *Current Issues in Tourism*, 22(14), 1670-1678. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1465030>
568. Tularam, A., & Nejad, S. H. S. (2010). Modeling tourist arrivals in destination countries: An application to Australian tourism. *Journal of Mathematics and Statistics*, 6(4), 431-441. <https://doi.org/10.3844/jmssp.2010.431.441>
569. Tuohino, A., & Konu, H. (2014). Local stakeholders' views about destination management: who are leading tourism development?. *Tourism Review*. 69(3), 202 – 215. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2013-0033>
570. Туристичка организација Врњачке Бање (2022). *Музеј Бањског лечења*. Преузето са <http://vrnjackabanja.co.rs/muzej-banjskog-ecenja/>
571. Туристичка организација Врњачке Бање (2022а). *Спортски терени*. Преузето са <http://vrnjackabanja.co.rs/sportski-tereni/>

572. Туристичка организација Врњачке Бање (2022б). *Авантуристички центар*. Преузето са <http://vrnjackabanja.co.rs/avanturisticki-centar/>
573. Туристичка организација Врњачке Бање (2022в). *Замак културе*. Преузето са <https://vrnjackabanja.co.rs/zamak-kulture/>
574. Turna, G. B. (2022). International Retirement Migration of European Baby Boomers: Retiring Knowledge Worker Perspectives and the Case of Turkey. In Ince, F. (Ed.) *International Perspectives and Strategies for Managing an Aging Workforce* (pp. 252-273). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2395-7.ch012>
575. Turco, D. M., Swart, K., Bob, U., & Moodley, V. (2003). Socio-economic impacts of sport tourism in the Durban Unicity, South Africa. *Journal of Sport & Tourism*, 8(4), 223–239. <https://doi.org/10.1080/1477508032000161537>
576. The Global Sustainable Tourism Council – GSTC (2021). Преузето са <https://www.gstccouncil.org/about/>
577. The Global Community Tourism Network (2022). Преузето са <https://planeterra.org/community-tourism/>
578. The Guardian (2017). *First Venice and Barcelona: Now anti-tourism marches spread across Europe*. Преузето са <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>
579. The Environment & Society Portal (2021). *Hans Carl von Carlowitz and “Sustainability”*. Преузето са <https://www.environmentandsociety.org/tools/keywords/hans-carl-von-carlowitz-and-sustainability>
580. The World Counts (2022). *Negative Environmental Impacts of Tourism*. Преузето са <https://www.theworldcounts.com/challenges/consumption/transport-and-tourism/negative-environmental-impacts-of-tourism>
581. Theobald, W. F. (Ed.) (2012). *Global tourism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080478043>
582. Theodoulidis, B., Diaz, D., Crotto, F., & Rancati, E. (2017). Exploring corporate social responsibility and financial performance through stakeholder theory in the tourism industries. *Tourism Management*, 62, 173-188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.018>
583. Tyrol (2022). *Welcome to Eco Tyrol*. Преузето са <https://www.tyrol.com/things-to-do/ecotiro/welcome-to-ecotiro>
584. Ubavić, P. (2015). Tourism policy and possible directions of tourism development in Serbia. *Ekonomija: teorija i praksa*, 8(1), 16-31. <https://doi.org/10.5937/etp1501016U>
585. UNEP & UNWTO, (2005). *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers*, Madrid, Spain: UNWTO.
586. UNESCO (2021). *Sustainable Development*. Преузето са <https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/what-is-esd/sd>
587. UNESCO (2021a). *Venice and its Lagoon*. Преузето са <https://whc.unesco.org/en/soc/4102>
588. United Nations (2021). *United Nations Conference on the Human Environment, 5-16 June 1972, Stockholm*. Преузето са <https://www.un.org/en/conferences/environment/stockholm1972>

589. United Nations (2021a). *Sustainable Development Goals Officially Adopted by 193 Countries*. Преузето са <http://www.un.org.cn/info/6/620.html>
590. United Nations (2021b). *United Nations Conference on Environment and Development, Rio de Janeiro, Brazil, 3-14 June 1992*. Преузето са <https://www.un.org/en/conferences/environment/rio1992>
591. United Nations (1992). *Agenda 21*. Преузето са <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>
592. United Nations General Assembly (1987). *Report of The World Commission on environment and development: Our common future*. Oslo, Norway: United Nations General Assembly, Development and International Co-operation: Environment.
593. United Nations Development Programme (2012). *Il Ngwesi Group Ranch, Kenya. Equator Initiative Case Study Series*. United Nations.
594. Унковић, С., и Зечевић, Б. (2011). *Економика туризма*. Економски факултет.
595. UNWTO (1981). *Saturation of tourist destinations: Report of the Secretary General*.
596. UNWTO (1992). *Agenda 21*. United Nations Conference on Environment and Development, Rio de Janeiro, Brazil. UNWTO.
597. UNWTO (2001). *Global code of ethics for tourism*. UNWTO.
598. UNWTO (2004). *Indicators of sustainable development for tourism Destinations: A guidebook*. UNWTO.
599. UNWTO (2005). *Activities of the world committee on tourism ethics. Addendum 1. Report on the WTO Survey on the Implementation of the Global Code of Ethics for Tourism*. Преузето са <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2015.1.g51w645001604529>
600. UNWTO (2007). *A practical guide to tourism management*. UNWTO.
601. UNWTO (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, New York, United States of America. Преузето са https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=24
602. UNWTO (2012). *World tourism barometer*. Volume 10. UNWTO.
603. UNWTO (2013). *Sustainable tourism for development guidebook*. UNWTO.
604. UNWTO (2016). *Tourism and the sustainable development goals*. UNWTO.
605. UNWTO (2019). *Tourism highlights: 2019 edition*. UNWTO.
606. UNWTO (2019a). *Preserving cultural identities for the future of tourism*. Преузето са <https://www.unwto.org/preserving-cultural-identities-for-the-future-of-tourism>
607. UNWTO (2019b). *Rural and Mountain Tourism*, Преузето са <http://marketintelligence.unwto.org/content/rural-and-mountain-tourism>
608. UNWTO (2020). *Tourism Highlights, 2020 edition*. Преузето са <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456>
609. UNWTO (2021). *Sustainable Development*. Преузето са <https://www.unwto.org/sustainable-development>
610. UNWTO (2022). *The UNWTO Tourism Recovery Tracker* <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker>
611. UNWTO (2022a). *Policy and Destination Management*. Преузето са <https://www.unwto.org/policy-destination-management>

612. UNWTO (2022b). *Tourism Recovery Gains Momentum as Restrictions Ease and Confidence Returns*. Prejeto ca <https://www.unwto.org/news/tourism-recovery-gains-momentum-as-restrictions-ease-and-confidence-returns>
613. UNWTO (2022b). *Sport Tourism*. Prejeto ca <https://www.unwto.org/sport-tourism>
614. UNWTO, Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; & NHL Stenden University of Applied Sciences (2018). 'Overtourism'? – *understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions, executive summary*, UNWTO.
615. Uppink, L., & Soshkin, M. (2022). Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. In *World Economic Forum: Geneva, Switzerland*. Prejeto ca <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/>
616. Uslu, A., Alagöz, G., & Güneş, E. (2020). Socio-cultural, economic, and environmental effects of tourism from the point of view of the local community. *Journal of Tourism and Services*, 11(21), 1-21. <https://doi.org/10.29036/jots.v11i21.147>
617. Uysal, M., Woo, E., & Singal, M. (2012). The tourist area life cycle (TALC) and its effect on the quality-of-life (QOL) of destination community. In M. Uysal, R. Perdue, M. J. Sirgy (Eds.), *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research* (pp. 423-443). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0_25
618. Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.013>
619. Facebook (2022). *Odbranimo vode Vrnjačke Banje*. Prejeto ca <https://www.facebook.com/groups/526327835298377/>
620. Feio, A., & Guedes, M. C. (2013). Architecture, tourism and sustainable development for the Douro region. *Renewable Energy*, 49, 72-76. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2012.01.063>
621. Fennell, D. A. (2008). *Ecotourism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203121108.ch31>
622. Filep, S., Laing, J., & Csikszentmihalyi, M. (2016). What is positive tourism? Why do we need it?. In S., Filep, J., Laing, & M., Csikszentmihalyi (Eds.), *Positive Tourism* (pp. 17-30). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315707129>
623. Filipović, M. (2019). Konceptualizacija održivog razvoja i ekološko obrazovanje. *Vojno delo*, 71(2), 55-68. <https://doi.org/10.5937/vojdelo1902055F>
624. Fisher, D. (2004). The demonstration effect revisited. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 428-446. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.001>
625. Fletcher, R., Murray Mas, I., Blanco-Romero, A., & Blázquez-Salom, M. (2019). Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679822>
626. Font, X., & McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869-883. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1301721>

627. Framke, W. (2001). The 'destination': A problematic concept. In *10th Nordic Tourism Research Conference*, (pp. 18-20). Vasa, Finland.
628. Fredline, E. (2005). Host and Guest Relations and Sport Tourism. *Sport in Society*, 8(2), 263–279. <https://doi.org/10.1080/17430430500087328>
629. Fredline, L., Jago, L., & Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management*, 8(1), 23-37. <https://doi.org/10.3727/152599503108751676>
630. Freeman, R.E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
631. French, A., Macedo, M., Poulsen, J., Waterson, T., & Yu, A. (2008). *Multivariate Analysis of Variance (MANOVA)*. Прейзето са https://www.academia.edu/7751963/Multivariate_Analysis_of_Variance_MANOVA
632. Friedman, A. L., & Miles, S. (2006). *Stakeholders: Theory and practice*. OUP Oxford.
633. Fyall, A., & Garrod, B. (2019). Destination management: a perspective article. *Tourism Review*. 75(1), 165-169. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2019-0311>
634. Haddad, R., Harahsheh, S., & Boluk, K. (2019). The negative sociocultural impacts of tourism on Bedouin communities of Petra, Jordan. *E-review of Tourism Research*, 16(5), 489-510.
635. Hadinejad, A., Moyle, B. D., Scott, N., Kralj, A., & Nunkoo, R. (2019). Residents' attitudes to tourism: A review. *Tourism Review*. 74(8), <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0003>
636. Haince, G. (2016). *Tempers Flare in Venice as Angry Protesters Block Cruise Ships*. Telegraph. Прейзето са <https://www.telegraph.co.uk/travel/news/tempers-flare-in-venice-as-angry-protesters-block-cruise-ships/>
637. Hakim, L. (2017). Managing biodiversity for a competitive ecotourism industry in tropical developing countries: New opportunities in biological fields. In *AIP Conference Proceedings* (p. 030008). AIP Publishing LLC. <https://doi.org/10.1063/1.5012708>
638. Haley, A. J., Snaith, T., & Miller, G. (2005). The social impacts of tourism: A case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647–668. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.009>
639. Hall, D. R., & Richards, G. (Eds.) (2000). *Tourism and sustainable community development*. London: Routledge.
640. Hall, C. M. (2010). Tourism and biodiversity: more significant than climate change?. *Journal of Heritage Tourism*, 5(4), 253-266. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2010.517843>
641. Hall, C. M. (2010a). Changing paradigms and global change: From sustainable to steady-state tourism. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 131–143. <https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081629>
642. Hall, C. M., & Boyd, S. W. (2005). Nature-based tourism in peripheral areas: Development or disaster?, In M. C., Hall & W., S., Boyd (Eds.), *Nature-Based Tourism in Peripheral Areas: Development or disaster?* (pp. 3-17). Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845410025>

643. Han, J., Wang, W., Zheng, C., & Zhang, J. (2017). Host perceptions of music festival impacts: time and space matter?. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11), 1156-1168. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1374986>
644. Hanafiah, M. H. M., & Zulkifly, M. I. (2019). The evolution of tourism destination competitiveness (TDC) models. *Positioning and Branding Tourism Destinations for Global Competitiveness*, 23-48. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7253-4.ch002>
645. Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., & Zulkifly, M. I. (2013). Local community attitude and support towards tourism development in Tioman Island, Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 105, 792-800. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.11.082>
646. Harb, T. H. A. D. N., & Ahmed, S. (2019). Perceived financial sustainability of tourism enterprises: do green human resource management practices really matter?. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(2), 173-185. <https://doi.org/10.15640/jthm.v7n2a15>
647. Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251–266. <https://doi.org/10.1177/0885412203260306>
648. Harris, R., Williams, P., & Griffin, T. (Eds.) (2002). *Sustainable tourism*. Routledge.
649. Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
650. Hassanli, N., & Ashwell, J. (2020). The contribution of small accommodations to a sustainable tourism industry. *Current Issues in Tourism*, 23(3), 261-264. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1530201>
651. Heitmann, S. (2010). Film tourism planning and development – questioning the role of stakeholders and sustainability. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 7 (1), 31-46. <https://doi.org/10.1080/14790530903522606>
652. Herbold, V., Thees, H., & Philipp, J. (2020). The host community and its role in sports tourism—exploring an emerging research field. *Sustainability*, 12(24), 10488. <https://doi.org/10.3390/su122410488>
653. Hernández, F. A., & de la Santísima Trinidad Mercader, S. (2015). Perceived impact of tourism by the resident population in Torre Vieja: national versus non-national residents. *European Journal of Tourism Research*, 10, 120–126. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v10i.183>
654. Higgins Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 27(12), 1926-1944. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1601732>
655. Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2019). *The business of tourism*. Sage.
656. Homans, G. C. (1961). *Social behavior: Its elementary forms*. Harcourt, Brace & World.
657. Hongnual, K., Leelapattana, W., Thongma, W., Trakansiriwanich, K., & Sitthikun, S. (2021). The development of cultural tourism attraction for model creative tourism management in the old city Chiangmai, Thailand. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24, 1-8.

658. Honey, M. (2009). *Tourism in the developing world: Promoting peace and reducing poverty*. United States Institute of Peace.
659. Honrado, G., Nata, A., Baptista, C., da Silva, C. P., Romão, F., Figueira, L. M., & Dionísio, M. S. (2022). Total tourist experience: From heritage and historical significance of places to new directions for post-pandemic tourism. In P., Andrade, & M. D. L. Martins (Eds.), *Handbook of Research on Urban Tourism, Viral Society, and the Impact of the COVID-19 Pandemic* (pp. 362-390). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-3369-0.ch019>
660. Horng, J. S., & Tsai, C. T. S. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.009>
661. Храбовски Томић, Е., и Милићевић, С. (2012). Развој туризма Врњачке Бање на принципима одрживог развоја, *ТЕМЕ*. 36(2), 755-771
662. Hristov, M., Hristić, N. D., & Stefanović, N. (2021). Impact of overtourism on urban life. *Spatium*, 59-66. <https://doi.org/10.2298/SPAT2145059H>
663. Hsu, C. Y., Chen, M. Y., Nyaupane, G. P., & Lin, S. H. (2020). Measuring sustainable tourism attitude scale (SUS-TAS) in an Eastern island context. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100617. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100617>
664. Hu, R., Li, G., Liu, A., & Chen, J. L. (2022). Emerging Research Trends on Residents' Quality of Life in the Context of Tourism Development. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. <https://doi.org/10963480221081382>
665. Huber, D., & Gross, S. (2021). Local residents' contribution to tourist experiences: a community perspective from Garmisch-Partenkirchen, Germany. *Tourism Review*, 77(2), 532-548. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0401>
666. Huttasin, N. (2008). Perceived social impacts of tourism by residents in the OTOP tourism village, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(2), 175-191. <https://doi.org/10.1080/10941660802048498>
667. Huh, C., & Vogt, C. A. (2008). Changes in residents' attitudes toward tourism over time: A cohort analytical approach. *Journal of Travel Research*, 46(4), 446-455. <https://doi.org/10.1177/0047287507308327>
668. Calderwood, L. U., & Soshkin, M. (2019). The travel and tourism competitiveness report 2019. World Economic Forum. Преузето са <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019/>
669. Cavus, S., & Tanrisevdi, A. (2003). Residents' attitudes toward tourism development: A case study in Kusadasi, Turkey. *Tourism Analysis*, 7(3-4), 259-269. <https://doi.org/10.3727/108354203108750102>
670. Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., & Amaduzzi, A. (2019). Overtourism: A literature review to assess implications and future perspectives. *Sustainability*, 11(12), 3303. <https://doi.org/10.3390/su11123303>
671. Carić, H. (2016). Challenges and prospects of valuation—cruise ship pollution case. *Journal of Cleaner Production*, 111, 487-498. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.01.033>
672. Carmichael, B. A. (2006). Linking quality tourism experiences, residents' quality of life, and quality experiences for tourists. In G. R. Jennings & N. Nickerson (Eds.),

- Quality Tourism Experiences* (pp. 115–135). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7811-7.50015-8>
673. Cañizares, S. M. S., Tabales, J. M. N., & García, F. J. F. (2014). Local residents' attitudes towards the impact of tourism development in Cape Verde. *Tourism & Management Studies*, *10*(1), 87-96.
674. Castellani, V., Sala, S., & Pitea, D. (2007). A new method for tourism carrying capacity assessment. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, *106*, 365-374. <https://doi.org/10.2495/ECO070341>
675. Castro, J. C., Quisimalin, M., de Pablos, C., Gancino, V., & Jerez, J. (2017). Tourism marketing: Measuring tourist satisfaction. *Journal of Service Science and Management*, *10*(03), 280. <https://doi.org/10.4236/jssm.2017.103023>
676. Cvijanović, D., Milićević, S., & Đorđević, N. (2019). Health tourism in the function of developing rural destinations of Serbia. In *Proceedings of the Second international scientific conference "Challenges of tourism and business logistics in 21st century, ISCTBL* (pp. 115-122). University "Goce Delcev" – Shtip, Faculty of tourism and business logistics – Gevgelija, Macedonia.
677. Cepal, N. (2019). *The 2030 Agenda and the Sustainable Development Goals: An opportunity for Latin America and the Caribbean. Goals, Targets and Global Indicators.* Ирејзето ca
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40156/S1801140_en.pdf
678. Cecil, A., Fu, Y.-Y., Wang, S., & Avgoustis, S. (2008). Exploring resident awareness of cultural tourism and its impact on quality of life. *European Journal of Tourism Research*, *1*(1), 39–52. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v1i1.8>
679. Coldwell, W. (2017). First Venice and Barcelona: Now Anti-Tourism Marches Spread Across Europe. *The Guardian*, *10*, 2017.
680. Cole, S. (2006). Information and Empowerment: The keys to achieving sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, *14*(6), 629–644. <https://doi.org/10.2167/jost607.0>
681. Combet, E. (2020). Planning and Sustainable Development in the Twenty- first Century. *Economia. History, Methodology, Philosophy*, (10-3), 473-506. <https://doi.org/10.4000/oeconomia.9558>
682. Cook, K. S., Cheshire, C., Rice, E. R. W., & Nakagawa, S. (2013). Social exchange theory. *Handbooks of Sociology and Social Research*, 61–88. https://doi.org/10.1007/978-94-007-6772-0_3
683. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A., & Wanhill, S. (2005). *Tourism principles: and practice* (3rd ed.). Pearson Education Limited.
684. Cornell, D. A. V., Tugade, L. O., & De Sagun, R. (2019). Tourism Quality of Life (TQOL) and local residents' attitudes towards tourism development in Sagada, Philippines. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)/Journal of Tourism & Development*, *31*(2019), 9-34.
685. Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
686. Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test, *Psychometrika*, *16*(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>

687. Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874–900. <https://doi.org/10.1177/0149206305279602>
688. Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. V. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of Management Annals*, 11(1), 479–516. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0099>
689. Crouch, G. (2006). Destination competitiveness: Insight attributes importance. *International conference of Trends, Impacts and Policies on Tourism development*, 15th-18th June 2006. Crete, Greece.
690. Cuculeski, N., Petroska, I., & Cuculeski, V. (2016). Sustainable marketing and consumers' preferences in tourism. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(2), 84-90. <https://doi.org/10.1515/ejthr-2016-0010>
691. Chang, M. X., Choong, Y.O., & Ng, L. P. (2020). Local residents' support for sport tourism development: the moderating effect of tourism dependency. *Journal of Sport & Tourism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1833747>
692. Chandralal, K. P. L. (2010). Impacts of tourism and community attitude towards tourism: A case study in Sri Lanka. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(2), 41-49.
693. Chauhan, V. (2013). Sustainable development of pilgrimage tourism in Jammu Region: An investigation of rural residents' attitude. In E., G., Carayannis (Ed.), *Creating a Sustainable Ecology Using Technology-Driven Solutions* (pp. 112-123). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-3613-2.ch009>
694. Chen, F., & Tian, L. (2015). Comparative study on residents' perceptions of follow-up impacts of the 2008 Olympics. *Tourism Management*, 51, 263–281. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.029>
695. Chen, C-F. & Chen, P-C. (2010). Resident attitudes toward heritage tourism development'. *Tourism Geographies*, 12(4), 525–545. <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.516398>
696. Chin, W. L., & P Hampton, M. (2020). The relationship between destination competitiveness and residents' quality of life: lessons from bali. *Tourism and Hospitality Management*, 26(2), 311-336. <https://doi.org/10.20867/thm.26.2.3>
697. Choe, J. Y., & O'Regan, M. (2015). *The effects of tourism impacts upon quality of life amongst expatriates in Macau.* Преузето са <http://eprints.bournemouth.ac.uk/22915/1/Choe-and-Oregan.pdf>
698. Choi, S. H. (2014). The impacts of tourism and local residents' support on tourism development: A case study of the rural community of Jeongseon, Gangwon Province, South Korea. *AU-GSB E-Journal*, 6(1), 73-82. <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/AU-GSB/article/view/465>
699. Choi, H. C., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594. <https://doi.org/10.1080/09669580903524852>
700. Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394. <https://doi.org/10.1177/0047287505274651>

701. Chong, K., & Balasingam, A. (2019). Tourism sustainability: economic benefits and strategies for preservation and conservation of heritage sites in Southeast Asia. *Tourism Review*, 74(2), 268-279. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2017-0182>
702. Шарчевић, Б., (2008). Паркови и зелене површине – Гоч, шуме и Западна Морава. У Б. Руђинчанин и О. Топаловић. *Врњачка Бања на почетку 21. века* (стр. 287-303). Народна библиотека „Др Душан Радић”, Врњачка Бања.
703. Šušić, V., & Mojić, J. (2014). Congress tourism as a market niche of business tourism. *Economic Themes*, 52(4), 513-530. <https://doi.org/10.1515/ethemes-2014-0031>
704. Yolal, M. (2016). Authenticity, commodification, and McDonaldization of tourism experiences in the context of cultural tourism. In M., Sotiriadis, & D., Gursoy (Eds.), *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences*. Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78635-290-320161009>
705. Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00062-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00062-5)
706. Yu, C. P., Cole, S. T., & Chancellor, C. (2018). Resident support for tourism development in rural midwestern (USA) communities: Perceived tourism impacts and community quality of life perspective. *Sustainability*, 10(3), 802. <https://doi.org/10.3390/su10030802>
707. Yu, C. P., Chancellor, H. C., & Cole, S. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63. <https://doi.org/10.1177/0047287509353189>
708. Yu, C.-P. (Simon), Chancellor, H. C., & Shu Tian Cole. (2009). Measuring Residents' Attitudes toward Sustainable Tourism: A Reexamination of the Sustainable Tourism Attitude Scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63. <https://doi.org/10.1177/0047287509353189>
709. Yu, C.-P., Cole, S. T., & Chancellor, C. (2014). Assessing Community Quality of Life in the Context of Tourism Development. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), 147-162. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9359-6>
710. Yun, H. J., & Zhang, X. (2017). Cultural conservation and residents' attitudes about ethnic minority tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 165-175. <https://doi.org/10.1177/1467358415610624>
711. Xiao, H., & Smith, S. L. J. (2006). The making of tourism research: Insights from a social sciences journal. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 490-507. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.004>
712. Xu, S., Barbieri, C., Anderson, D., Leung, Y. F., & Rozier-Rich, S. (2016). Residents' perceptions of wine tourism development. *Tourism Management*, 55, 276-286. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.016>
713. Qin, X., Shen, H., Ye, S., & Zhou, L. (2021). Revisiting residents' support for tourism development: The role of tolerance. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 114-123. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.010>
714. Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342-353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>

715. Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.
716. Wang, Y., & Pizam, A. (Eds.) (2011). *Tourism destination marketing and management: Collaborative strategies*. Cabi. <https://doi.org/10.1079/9781845937621.0000>
717. Wang, Y., Pfister, E. R., & Morais, B. D. (2007). Residents' attitudes toward tourism development: A case study of Washington, NC. In R., Burns, K., Robinson (Eds.), *comps. Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium* (pp. 411-419). Bolton Landing, NY. Gen. Tech. Rep. NRS-P-14. Newtown Square, PA: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northern Research Station.
718. Wang, J., & Liu, Y. (2013). Tourism-led land-use changes and their environmental effects in the southern coastal region of Hainan Island, China. *Journal of Coastal Research*, 29(5), 1118-1125. <https://doi.org/10.2112/JCOASTRES-D-12-00039.1>
719. Wang, S. (2019). Residents' perceptions of community-based disaster tourism: the case of Yingxiu, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 669–678. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1623273>
720. Ward, C., & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556–1569. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.005>
721. Weaver, D. (2007). *Sustainable tourism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080474526>
722. Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban–rural fringe. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 439-458. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00052-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00052-9)
723. Wearing S, & Neil, J. (1999). *Ecotourism: impacts, potentials and possibilities*. Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
724. Wei, L. I., Ting, C. U. I., & XIN, D. Y. (2010). Protection of non-material cultural heritages and tourism development. *Canadian Social Science*, 3(2), 34-39.
725. Westcott, M. (Ed.) (2019). *Introduction to Tourism and Hospitality in B.C.* Victoria, B.C.: BCcampus. Преузето ка <https://opentextbc.ca/introtourism/>
726. Wijaya, I. (2019). Sustainable tourism concept in redesigning zone-arrangement of banyuwedang hot springs architecture. *International Journal of Applied Science in Tourism and Events*, 3(1), 54-67.
727. Wikipedia (2022). *Opština Vrnjačka Banja*. Преузето ка <https://sr.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BF%D1%88%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%92%D1%80%D1%9A%D0%B0%D1%87%D0%BA%D0%B0%D0%91%D0%B0%D1%9A%D0%B0>
728. Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00030-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X)
729. Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, 40(2), 132–138. <https://doi.org/10.1177/004728750104000203>
730. Wintersteiner, W., & Wohlmuther, C. (2014). Peace sensitive tourism: How tourism can contribute to peace. *International handbook on tourism and peace*, 31-61.

731. Wondirad, A., & Ewnetu, B. (2019). Community participation in tourism development as a tool to foster sustainable land and resource use practices in a national park milieu. *Land use policy*, 88, <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104155>
732. Woo, E. (2013). *The impacts of tourism development on stakeholders' quality of life (QOL): A comparison between community residents and employed residents in the hospitality and tourism industry*. Doctoral dissertation, Virginia Tech.
733. Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>
734. Woo, E., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2018). Tourism impact and stakeholders' quality of life. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42(2), 260–286. <https://doi.org/10.1177/1096348016654971>
735. Woosnam, K. M., & Aleshinloye, K. D. (2018). Residents' emotional solidarity with tourists: Explaining perceived impacts of a cultural heritage festival. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42(4), 587-605. <https://doi.org/10.1177/1096348015584440>
736. World Wildlife Fund (2021). Преузето ca https://wwf.panda.org/discover/our_focus/biodiversity/biodiversity/
737. World Population (2022). *Venice Population 2022*. Преузето ca <https://worldpopulationreview.com/world-cities/venice-population>
738. World Population (2022a). *Barcelona Population 2022*. Преузето ca <https://worldpopulationreview.com/world-cities/barcelona-population>
739. Worldmeters (2021). Преузето ca <https://www.worldometers.info/world-population/world-population-projections/>
740. WTTC (2015). *Methodology for Producing the 2015 WTTC/Oxford Economics Travel & Tourism Economic Impact Research, March 2015*. Преузето ca http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/2015_methodology.pdf
741. Wu, Y. C., Lin, S. W., & Wang, Y. H. (2020). Cultural tourism and temples: Content construction and interactivity design. *Tourism Management*, 76, 103972. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103972>
742. WHO (2022). *WHOQOL: Measuring Quality of Life*. Преузето ca <https://www.who.int/tools/whoqol>
743. WCED (1987). *Our common future*. World Commission on Environment and Development.

ПРИЛОГ

Прилог 1

Анкетни упитник

СОЦИОДЕМОГРАФСКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ

1. Пол

1. Женски
2. Мушки

2. Године старости

1. 20-30
2. 31-40
3. 41-50
4. 51-60
5. >60

3. Ниво образовања

1. Основна школа
2. Средња школа
3. Виша школа
4. Факултет
5. Мастер студије
6. Докторске студије

4. Радни статус

1. Незапослен
2. Запослен
3. У пензији

5. Локација становања на територији општине Врњачка Бања

1. У центру
2. У непосредној близини центра
3. На периферији општине
4. У селу које припада територији општине Врњачка Бања

6. Дужина становања на територији општине Врњачка Бања

1. До 5 година
2. 5-10 година
3. 10-20 година
4. 20-30 година
5. 30-40 година
6. више од 40 година

7. Да ли се бавите послом који је повезан са туризмом?

1. Да
2. Не
3. Делимично

Развој које врсте туризма у Врњачкој Бањи подржавате? (Означите само један одговор)

1. Здравствени туризам
 2. Рекреативни туризам
 3. Конгресни туризам
 4. Културно-забавни туризам
 5. Излетнички туризам
 6. Спортски туризам
 7. Омладински, ђачки туризам
- Не подржавам развој туризма у Врњачкој Бањи

ПОЗИТИВНИ УТИЦАЈИ ТУРИЗМА У ВРЊАЧКОЈ БАЊИ

Одговарајућим бројем на скали од 1 до 5 оцените степен Вашег слагања са тврдњама о позитивним утицајима туризма у Врњачкој Бањи (1 - Уопште се не слажем, 2 - Не слажем се, 3 - Немам мишљење, 4 - Слажем се, 5 - У потпуности се слажем)

Туризам доприноси повећању личних прихода локалном становништву	1	2	3	4	5
Туризам ствара нова радна места за локално становништво дестинације	1	2	3	4	5
Туризам ствара могућности за већа инвестициона улагања и развој предузетништва у дестинацији	1	2	3	4	5
Туризам доприноси развоју локалне инфраструктуре	1	2	3	4	5
Туризам увећава новчана средства намењена за развој дестинације	1	2	3	4	5
Туризам утиче на заштиту и очување културно-историјског наслеђа дестинације	1	2	3	4	5
Туризам доприноси очувању културног идентитета локалног становништва	1	2	3	4	5
Туризам побољшава квалитет образовних, рекреативних, социјалних и здравствених услуга и садржаја за локално становништво	1	2	3	4	5
Туризам ствара више могућности за забаву и разоноду локалном становништву	1	2	3	4	5
Туризам утиче на стварање позитивног имиџа локалног становништва	1	2	3	4	5
Туризам утиче на заштиту природно-лековитих фактора дестинације	1	2	3	4	5
Туризам утиче на озеленавање простора дестинације	1	2	3	4	5
Туризам утиче на повећање парковских површина дестинације	1	2	3	4	5
Туризам промовише заштиту и унапређење флоре и фауне дестинације	1	2	3	4	5
Туризам утиче на повећање еколошке свести локалног становништва	1	2	3	4	5

НЕГАТИВНИ УТИЦАЈИ ТУРИЗМА У ВРЊАЧКОЈ БАЊИ

Одговарајућим бројем на скали од 1 до 5 оцените степен Вашег слагања са тврдњама о негативним утицајима туризма у Врњачкој Бањи (1 - Уопште се не слажем, 2 - Не слажем се, 3 - Немам мишљење, 4 - Слажем се, 5 - У потпуности се слажем)

Туризам утиче на повећање цена у дестинацији (робе широке потрошње, земљишта, некретнина, пореза, итд.)	1	2	3	4	5
Туризам утиче на сезонски карактер запошљавања локалног становништва	1	2	3	4	5
Туризам ствара слабо плаћена радна места за локално становништво	1	2	3	4	5
Економску корист од туризма има мали број локалног становништва	1	2	3	4	5
Туризам ствара економску неједнакост међу локалним становништвом	1	2	3	4	5
Туризам утиче на комерцијализацију локалне културе, што доводи до губитка социо-културног идентитета локалне заједнице	1	2	3	4	5
Туризам утиче на промену понашања локалног становништва (угледајући се на туристе, локално становништво мења свој кодекс понашања, стил облачења, исхрану, итд.)	1	2	3	4	5
Туризам утиче на повећање неморалног понашања у дестинацији	1	2	3	4	5
Туризам утиче на повећање криминала у дестинацији	1	2	3	4	5
Туризам утиче да локално становништво има ограничен приступ одређеним производима, услугама и јавним местима у сезони (рестрикције услуга водоснабдевања, несташица одређених производа, недовољно места у ресторанима, и слично)	1	2	3	4	5
Туризам утиче на стварање гужви у дестинацији (саобраћајне гужве, недостатак паркинг места, гужве на улицама, и друго)	1	2	3	4	5
Туризам утиче на повећање буке у дестинацији током главне сезоне	1	2	3	4	5
Угоститељска предузећа и туристи стварају огромне количине смећа у дестинацији	1	2	3	4	5
Туризам утиче негативно на вегетацију и губитак зелених површина у дестинацији	1	2	3	4	5
Туризам утиче на загађење ваздуха и воде (термоминералних вода, река и слично) у дестинацији	1	2	3	4	5

КВАЛИТЕТ ЖИВОТА ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА ПРОУЗРОКОВАН РАЗВОЈЕМ ТУРИЗМА У ВРЊАЧКОЈ БАЊИ

Одговарајућим бројем на скали од 1 до 5 оцените степен Вашег слагања са тврдњама о квалитету живота локалног становништва који настаје као резултат развоја туризма у Врњачкој Бањи (1 - Уопште се не слажем, 2 - Не слажем се, 3 - Немам мишљење, 4 - Слажем се, 5 - У потпуности се слажем)

Туризам унапређује квалитет живота локалног становништва Врњачке Бање	1	2	3	4	5
Туризам унапређује квалитет провођења слободног времена локалног становништва Врњачке Бање	1	2	3	4	5
Туризам унапређује услове живота локалног становништва Врњачке Бање	1	2	3	4	5
Туризам унапређује квалитет јавних услуга у Врњачкој Бањи	1	2	3	4	5

ПОДРШКА ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА ЗА БУДУЋИ РАЗВОЈ ТУРИЗМА У ВРЊАЧКОЈ БАЊИ

Одговарајућим бројем на скали од 1 до 5 оцените степен Вашег слагања са тврдњама о подршци за будући развој туризма у Врњачкој Бањи (1 - Уопште се не слажем, 2 - Не слажем се, 3 - Немам мишљење, 4 - Слажем се, 5 - У потпуности се слажем)

Подржавам будући развој туризма у Врњачкој Бањи	1	2	3	4	5
Подржавам повећање броја туриста у Врњачкој Бањи	1	2	3	4	5
Подржавам веће финансирање промоције туризма у Врњачкој Бањи	1	2	3	4	5
Подржавам развој додатних туристичких садржаја у Врњачкој Бањи (нових смештајних објеката, ресторана, забавних и спортских објеката, туристичких атракција, итд.)	1	2	3	4	5
Будући развој туризма позитивно би утицао на квалитет живота локалног становништва Врњачке Бање	1	2	3	4	5
Подржавам будући развој туризма у Врњачкој Бањи који је у складу са одрживим развојем	1	2	3	4	5

Биографија

Наташа Ђорђевић је рођена 11.10.1991. године у Гњилану. Основну школу „Попински Борци” и средњу „Угоститељско-туристичку школу са домом ученика” (смер: *Туристички техничар*) у Врњачкој Бањи завршила је са одличним успехом. Основне академске студије (студијски програм: *Хотелијерство и туризам*, просечна оцена: 9,75) и мастер академске студије (студијски програм: *Менаџмент у туризму*, просечна оцена: 10,00) завршила је на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу. Докторске академске студије уписала је 2017. године и све испите предвиђене наставним планом и програмом положила је са просечном оценом 10,00.

Била је стипендиста Конгреса српског уједињења, Задужбине „Студеница” и Фонда за младе таленте „Доситеја” Министарства омладине и спорта Републике Србије. Такође је добитник стипендије Универзитета у Крагујевцу за најбољег студента на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи у 2015. години. У школској 2015/2016. и 2016/2017. години била је ангажована као студент демонстратор на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу, а од децембра 2017. године запослена је као асистент на истом Факултету.

Млади истраживач је на пројекту Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије. Део је тима пројекта „Врњачке виле као чувари културног наслеђа”, награђеног као најбољи пројекат младих истраживача за поље друштвено-хуманистичких наука од стране Универзитета у Крагујевцу и Центара за научноистраживачки рад САНУ и Универзитета у Крагујевцу. Члан је „Удружења туризмолога Србије”, „Српског удружења за маркетинг – СЕМА” и „Друштва економиста Ниша – Савез економиста Србије”. Аутор је и коаутор више научних и стручних радова објављених у зборницима са домаћих и међународних научних конференција, као и у домаћим и међународним научним часописима.

ИЗЈАВА АУТОРА О ОРИГИНАЛНОСТИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Изјављујем да докторска дисертација под насловом:

„Утицаји развоја туризма на квалитет живота локалног становништва: Студија случаја Врњачке Бање“.

представља *оригинално ауторско дело* настало као резултат *сопственог истраживачког рада*.

Овом Изјавом такође потврђујем:

- да сам *једини аутор* наведене докторске дисертације,
- да у наведеној докторској дисертацији *нисам извршио/ла повреду* ауторског нити другог права интелектуалне својине других лица,

У Врњачкој Бањи, 23.03.2023. године,



потпис аутора

**ИЗЈАВА АУТОРА О ИСТОВЕТНОСТИ ШТАМПАНЕ И ЕЛЕКТРОНСКЕ ВЕРЗИЈЕ
ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ**

Изјављујем да су штампана и електронска верзија докторске дисертације под насловом:
**„Утицаји развоја туризма на квалитет живота локалног становништва: Студија
случаја Врњачке Бање“.**

истоветне.

У Врњачкој Бањи, 23.03.2023. године,



потпис аутора

ИЗЈАВА АУТОРА О ИСКОРИШЋАВАЊУ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Ја, **Наташа Ђорђевић,**

дозвољавам

не дозвољавам

Универзитетској библиотеци у Крагујевцу да начини два трајна умножена примерка у електронској форми докторске дисертације под насловом:

„Утицаји развоја туризма на квалитет живота локалног становништва: Студија случаја Врњачке Бање“.

и то у целини, као и да по један примерак тако умножене докторске дисертације учини трајно доступним јавности путем дигиталног репозиторијума Универзитета у Крагујевцу и централног репозиторијума надлежног министарства, тако да припадници јавности могу начинити трајне умножене примерке у електронској форми наведене докторске дисертације путем *преузимања*.

Овом Изјавом такође

дозвољавам

не дозвољавам¹

припадницима јавности да тако доступну докторску дисертацију користе под условима утврђеним једном од следећих *Creative Commons* лиценци:

- 1) Ауторство
- 2) Ауторство - делити под истим условима
- 3) Ауторство - без прерада
- 4) Ауторство - некомерцијално

¹ Уколико аутор изабере да не дозволи припадницима јавности да тако доступну докторску дисертацију користе под условима утврђеним једном од *Creative Commons* лиценци, то не искључује право припадника јавности да наведену докторску дисертацију користе у складу са одредбама Закона о ауторском и сродним правима.

5) Ауторство - некомерцијално - делим под истим условима

6) Ауторство - некомерцијално - без прерада²

У Врњачкој Бањи, 23.03.2023. године,



потпис аутора

² Молимо ауторе који су изабрали да дозволе припадницима јавности да тако доступну докторску дисертацију користе под условима утврђеним једном од *Creative Commons* лиценци да заокруже једну од понуђених лиценци. Детаљан садржај наведених лиценци доступан је на: <http://creativecommons.org.rs/>