

Универзитет „Св. Климент Охридски“ – Битола

Факултет за туризам и угостителство – Охрид



**„Можности за развој на селективни видови туризмот во
Јужна и Источна Србија“**

-Докторска дисертација-

Ментор:

Проф. Д-р Науме Мариноски

Кандидат:

Драгана Илиќ

Охрид, 2018 година

Апстракт:

Цел на докторската дисертација на тема *Можности за развој на селективни видови туризмот во Јужна и Источна Србија* е истражување на можностите за развој и нагласување на насоки за понатамошен развој на селективните видови туризам во овој регион. Низ анализа на природните и антропогените туристички вредности во регионот на Јужна и Источна Србија, низ истражување на туристичкиот пазар во овој регион, низ анализа на туристичкиот промет и резултатите добиени со следење на статистичките податоци, ќе биде согледан досегашниот развој на туризмот во овој регион. Преку резултатите добиени низ наведената анализа, како и низ теренското истражување кое е спроведено како би се согледале можностите за развој на туризмот и би се согледало влијанието на развојот на туризмот на ставовите на локалното население во регионот на Јужна и Источна Србија, ќе бидат нагласени мерките и активностите кои треба да се преземат да би се подобрил квалитетот на туристичката понуда, да се овозможи и унапреди развојот на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. Тие мерки и активности треба да доведат до креирање на диверзификовани туристички понуди во дестинациите на овој регион кои ќе одговорат на специфичните барања на современите туристи. Тоа понатака треба да доведе до поголем број домашни и странски туристи и да овозможи побрз развој на туризмот, пред с'е, со почитување на принципите на одржлив развој. За постигнување на оваа цел, посебно е важно да се идентификуваат афирмативните и ограничавачки фактори во развојот на селективните видови туризам на овој простор и критички да се пристапи на нивната анализа како би се овозможил селективен развој на туризмот и би се подигнало нивото на конкурентност на дестинациите во регионот на Јужна и Источна Србија. Можностите за развој и идните правци во развојот на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија ќе бидат дефинирани на основа на согледувања на карактеристиките на досегашниот развој и проблемите во досегашниот развој на туризмот, на основа на согледувања на искуствата на земјите во опкружувањето кога е во прашање селективниот развој на туризмот, како и на основа на истражувањата на можности за развој на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. Креирањето на адекватна политика на развојот на туризмот треба да биде во функција на создавање на оптимални услови за поттикнување на туристичкиот и општествено - економскиот развој во регионот на Јужна и Источна Србија.

Клучни зборови: селективни видови туризам, можности за развој, регионален развој, одржлив развој, Јужна и Источна Србија.

Abstract:

The aim of the doctoral thesis entitled Opportunities for the development of selective forms of tourism in South and East Serbia, is to research the opportunities for development and emphasize the guidelines for further development of selective forms of tourism in this region. The analysis of natural and anthropogenic tourist values of South and East Serbia, the research of tourism market in this region, analysis of tourist traffic and the results obtained with monitoring of statistical data will enable the author to take stock of current tourism development in this region. The results obtained via the above mentioned analyses together with conducted field research (aimed at identifying the opportunities for tourism development and understanding the impact of development of tourism on the attitude of local population in South and East Serbia) will point out the measures and activities to be conducted in order to enhance the quality of tourism offer, enable and improve the development of selective forms of tourism in South and East Serbia. These measures and activities should lead to a forming of a diversified tourist offer in destinations belonging to the above mentioned region. This tourist offer will stand to satisfy the specific needs of contemporary tourists thus leading to an increase in the number of both international and domestic tourists. Furthermore, it will enable faster development of tourism where, first and foremost, principles of sustainable development will be applied. To achieve this aim it is particularly important to identify both affirmative and limiting factors in the development of selective forms of tourism in this area and take on a critical approach to their analysis in order to enable selective development of tourism and raise the level of competitiveness of tourism destinations in South and East Serbia. Opportunities for development and directions to future development of selective forms of tourism in South and East Serbia will be defined on the basis of evaluation of characteristics of current development and problems occurring in development of tourism where the author will evaluate the practice of neighboring countries in relation to selective development of tourism. Moreover, the author will pay special attention to the research on opportunities for the development of selective forms of tourism in South and East Serbia. Formulation of adequate tourism development policy should lead to generation of optimal conditions for fostering tourism and socio-economic development of South and East Serbia.

Keywords: selective forms of tourism, opportunities for development, regional development, sustainable development, South and East Serbia.

СОДРЖИНА

ВОВЕД.....	7
I ТЕОРИСКО - МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП ВО ИСТРАЖУВАЊЕТО.....	10
1. Предмет, цел и задачи на истражувањето	10
2. Методи на истражување.....	11
3. Методолошки принципи на проучување.....	13
4. Основна хипотеза.....	14
5. Очекувани резултати	15
6. Основни теориски и оперативни претпоставки	16
II ТУРИСТИЧКО - ГЕОГРАФСКА ПОЛОЖБА НА РЕГИОНОТ НА ЈУЖНА И ИСТОЧНА СРБИЈА21	21
1. Карактеристики на туристичко - географската положба како фактор во развојот на туризмот	24
1.1. Карактеристики на математичко - географската положба на регионот на Јужна и Источна Србија.....	25
1.2. Карактеристики на физичко – географската положба на регионот на Јужна и Источна Србија.....	27
1.3. Просторно - географски карактеристики на регионот Јужна и Источна Србија	29
1.4. Функционални карактеристики на туристичко - географската положба на регионот Јужна и Источна Србија	35
2. Оценка на потенцијалот за развој на туризмот.....	37
III АКСИОЛОШКИ ПРИСТАП ВО ТРЕТМАНОТ НА РЕСУРСНИТЕ ОСНОВИ ЗА СЕЛЕКТИВНИОТ РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ЈУЖНА И ИСТОЧНА СРБИЈА	42
1. Анализа на вредностите на атрактивниот туристички потенцијал.....	42
1.1. Анализа на природните туристички вредности	44
1.2. Анализа на антропогените туристички вредности.....	57
1.3. Степен на изграденост на сообраќајната инфраструктура.....	77
1.4. Степен на изграденост на туристичката инфраструктура.....	81
1.5. Елементи на животната средина како туристичка вредност и нивната заштита	83
2. Согледување на развојните приоритети базирани на вредностите.....	85

IV КАРАКТЕРИСТИКИ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР.....	87
1. Карактеристики на емитивните зони	88
1.1.Одредување сегменти на туристичката побарувачка	89
1.2.Приоритет на побарувачката како основа за креирање на туристичките производи	91
2. Карактеристики на туристичката понуда	93
2.1.Демографски карактеристики како фактор на понуда	94
2.2.Стимулативни мерки за подобрување на структурата на понудата.....	102
2.3.Диференцијација на ресурсите како можност во настапот на туристичкиот пазар	104
2.4.Рецептивни можности за развој на туризмот во Јужна и Источна Србија	105
2.5.Согледување на структурата на туристичката понуда во настапот на туристичкио пазар	109
2.6.Карактеристики на управувањето со туристичките дестинации во Јужна и Источна Србија.....	109
3. Промоција на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија	111
3.1.Анализа на промотивните активности во Јужна и Источна Србија во изминатиот десетогодишен период.....	113
3.2.Истражување на носителите на туристичка промоција	114
3.3.Одредување форми на промотивни активности.....	116
3.4. Одредување канал на дистрибуција	118
3.4.Промоција на брендирани производи	119
V ИСТРАЖУВАЊЕ НА МОЖНОСТИ ЗА СЕЛЕКТИВЕН РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ.....	122
1. Критериумска основа за диференцирање на селективните видови во развојот на туризмот.....	122
2. Одредување на носителите на развојот на туризмот кон селективностите во туристичката дестинација.....	124
3. Изработка на план за селективен развој на туризмот во Јужна и Источна Србија	128
VI КРЕИРАЊЕ НА РАЗВОЈНА ПОЛИТИКА.....	134
1. Одредување на носители на активности за развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија.....	135
2. Анализа на туристичкиот промет и согледување на идниот развој.....	136
3. Унапредување на заштитата и третманот на природното и културното наследство во туризмот	157
4. Структурирање на одржливиот развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија	161
5. Креирање мониторинг систем за следење на развојните политики во Јужна и Источна Србија.....	164

VII МЕТОДОЛОГИЈА И РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО	166
1. Методологија на истражувањето	166
1.1. Место и време на истражување	167
1.2. Фази во истражувањето	167
1.3. Одредување примероци за истражувањето	168
1.4. Инструменти на истражувањето	169
1.5. Методи на статистичката обработка и анализи користени во истражувањето	170
2. Резултати од истражувањето	172
2.1. Утврдување на доверливост на прашалникот (Кронбахов алфа коефициент).....	172
2.2. Дескриптивна статистика	173
2.3. Т-тест.....	190
2.4. Анализа на резултатите добиени со помош на еднофакторска анализа на варијансата (ANOVA).....	191
VIII ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА СЕЛЕКТИВНИТЕ ВИДОВИ ТУРИЗАМ ВО ЈУЖНА И ИСТОЧНА СРБИЈА	200
1. Согледување на досегашните проблеми во развојот на туризмот во Јужна и Источна Србија ...	200
2. Согледување на можностите за иден развој на туризмот со користење на искуства во опкружувањето	203
3. Создавање модели за рационално користење на вредностите во Јужна и Источна Србија	206
ЗАКЛУЧОК.....	209
ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ	216
СПИСОК НА ТАБЕЛИ	231
СПИСОК НА ГРАФИКОНИ И КАРТИ	236
СПИСОК НА СЛИКИ	236
ПРИЛОЗИ.....	238
БИОГРАФИЈА	241

ВОВЕД

Природните и антропогените туристички вредности, со соодветна туристичка инфра и супраструктура, претставуваат основа за развој на туризмот на некое подрачје. Промените на страна на туристичката побарувачка, во поглед на потребите, барањата, навиките, мотивите и интересите, условува појавата на селективни видови на туризам. Во современите услови, кога е во прашање туристичката побарувачка, с'е повеќе се присутни специфични мотиви кои туристите ги поттикнуваат на патувања, како што се култура, гастрономија, религија, спорт, лов, риболов, мода, филм, музика, фотографија, наутика, забава, манифестации. Туристичките дестинации, на страна на туристичката понуда, со цел исполнувања на специфични барања и потреби на туристите својот развој го засноваат на концепт кој се потпира на специфични мотиви на одредениот целен сегмент на туристичката побарувачка.

Туристите ги менуваат своите навиките, стануваат покомплексни и посоефицирани. Туристите, пред с'е, платежно способните туристи, како и туристите со нагласени знаења и искуство кога се во прашање патувања, постојано трагаат за нови туристички производи и искуства. Тоа доведува до сегментирање на туристичката побарувачка и можности за развој на селективни видови туризам. Сето тоа има за цел создавање и прилагодување на туристичкиот производ на потребите и барањата на современиот турист. Концептот на селективниот туризам, за разлика од концептот на масовниот туризам, во фокусот го има туристот како поединец, односно создавање туристички производ и туристички понуди кои ќе ги задоволат барањата на туристот како поединец. Денес постои голем број селективни видови туризам, од кои секој бара посебен пристап во развојот.

Селективните видови туризам го поттикнуваат регионалниот развој на туризмот и ги истакнуваат компаративните предности на регионот. Регионот на Јужна и Источна Србија располага со значајни природни и антропогени туристички вредности. Атрактивните геоморфолошки вредности, поволните климатски услови, значајниот хидролошки потенцијал, разновидната флора и фауна, богатото културно - историско наследство, етнографските и манифестационски туристички вредности, даваат можности за развој на селективните видови туризам на овој простор. Регионот на Јужна и Источна Србија, значи, поседува компаративни предности за развој на туризмот и извесна конкурентност на основа на тие предности. Компаративните предности, меѓутоа, потребно е да се претворат во конкурентски предности и да се зголеми нивото на конкурентност на регионот како туристичка дестинација. Со оглед на тоа дека регионот на Јужна и Источна Србија располага со бројни природни и антропогени туристички вредности, потребно е да се креира туристичката понуда со што поразновидни туристички производи и услуги. Тоа може да

доведе до зголемување на нивото на конкурентност на регионот на домашниот и меѓународниот пазар и до зголемување на туристичкиот промет во овој регион.

Докторската дисертација, покрај воведот и заклучокот, содржи осум поглавја со соодветни тези.

Првото поглавје на дисертацијата го покажува теориско - методолошкиот пристап во истражувањето. Во ова поглавје дефинирани се предметот, целта и задачите на истражувањето, методите и методолошките принципи, хипотезите, очекуваните резултати и придонесот во научното истражување, како и основните теориски и оперативни претпоставки.

Второто поглавје го опишува туристичко - географската положба на Јужна и Источна Србија. Ова поглавје укажува на карактеристиките на туристичко - географската положба и нејзиното влијание на останатите фактори на развојот на овој регион. Во таа смисла посебно место заземаат контактната, транзитната и поливалентната.

Третото поглавје укажува на аксиолошкиот пристап во третманот на ресурсните основи за селективност на туризмот во Јужна и Источна Србија. Третманот на ресурсите во аксиолошка смисла подразбира одредување на основниот потенцијал преку издвојување на природните и антропогените вредности, комуникативноста на просторот и неговата достапност, степенот на туристичката изграденост и елементите на заштита на животната средина кои во туризмот добиваат посебно значење. Со согледување на ресурсните основи за развој на туризмот во Јужна и Источна Србија, можат да се утврдат приоритетите на развојот на селективните видови туризам и посебните туристички производи.

Четвртото поглавје се однесува на истражување на туристичкиот пазар и ги покажува карактеристиките на туристичката понуда и туристичкото побарување во регионот на Јужна и Источна Србија. Овде вниманието ќе биде насочено на утврдување на емитивните зони и структурата на туристичкото побарување, но и на согледување на рецептивните можности за развој на туризмот во Јужна и Источна Србија, дефинирање на стратегијата на развојот и моделот за донесување на соодветни одлуки во креирањето на структурата на туристичката понуда. Ова поглавје се однесува и на анализата на промоцијата на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија.

Петтото поглавје се однесува на истражувањето на можности за селективен развој на туризмот и диференцијација на селективните видови туризам кои претставуваат основа за креирање на посебни туристички производи засновани на селекција на вредности. Истражувањето на можностите за селективен развој на туризмот е во тесна врска со

креирањето на посебни туристички производи кои ќе бидат дел од туристичката понуда во Јужна и Источна Србија. Ова истражување бара дефинирање на критериумските основи за диференцирање на селективните форми во развојот на туризмот. Петтото поглавје нагласува дефинирање на носителите за развој на туризмот во дестинации према можностите за селективен развој на туризмот и изработка на план за селективен развој на туризмот во Јужна и Источна Србија.

Шестото поглавје на докторската дисертација се однесува на креирање на политика на развој. Креирањето на политика на развој е во функција на создавање оптимални услови за поттикнување на туристичкиот и општествено - економскиот развој во Јужна и Источна Србија. Во таа смисла, посебно е важно да се согледаат обемот и динамиката на туристичкиот промет како би се планирал идниот развој. Посебно е важно да се нагласат активностите за унапредување на заштита и третман на природното и културното наследство во туризмот, како и активностите насочени на одржливиот развој на селективните видови туризам во овој регион. Имајќи го сето тоа во предвид, важно е и креирањето мониторинг системот за следење на политиката на развој во Јужна и Источна Србија.

Седмото поглавје претставува емпирискиот дел на докторската дисертација. Ова поглавје се однесува на истражување кое е спроведено како би се согледале можностите за развој на туризмот, како и влијанието на развојот на туризмот на ставовите на месното население во регионот на Јужна и Источна Србија. Во ова поглавје ќе биде претставена методологијата на истражувањата, резултатите добиени со користење на соодветни статистички методи, како и нивната анализа со соодветно толкување.

Осмото поглавје ги покажува перспективите за развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија. За да се дефинираат правците на идниот развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија, потребно е да се согледаат карактеристиките на досегашниот развој и проблемите во досегашниот развој на туризмот во овој регион. Потребно е, покрај тоа, да се согледаат искуствата на земјите во опкружувањето кога е во прашање селективниот развој на туризмот и да се изврши компаративна анализа, но и да се создаде модел за рационално користење на туристичките вредности во Јужна и Источна Србија.

На крајот, ќе бидат претставени заклучните согледувања кога се во прашање можности за развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија.

I ТЕОРИСКО - МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП ВО ИСТРАЖУВАЊЕТО

Теориско - методолошкиот пристап во истражувањето на можностите за развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија подразбира дефинирање на предметот, целта и задачите на истражувањето, дефинирање на методологијата на истражувањето која ги опфаќа методите кои се користат и принципите кои се применуваат во истражувањето, како и поставување на хипотези.

1. Предмет, цел и задачи на истражувањето

Предмет на оваа докторска дисертација е согледување на можностите за развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија. Тоа подразбира согледување на досегашните истражувачки активности и постигнати резултати во оваа област, со критички пристап, како и согледување можности за понатамошен развој.

На страната на туристичката побарувачка во современите услови настапија бројни промени, во поглед на желбите, барањата, потребите, очекувањата, можностите на туристите и слично. Присутно е повисоко ниво на образование, знаење и искуство на туристите кога се во прашање патувањата. Од друга страна, носителите на туристичките понуди на одреден простор треба да ги препознаат промените во однесувањето на современиот турист, да ги согледаат природните и антропогените вредности со кои располага дестинацијата и да ја прилагодат понудата на современиот турист.

Секој округ во регионот на Јужна и Источна Србија има свои специфичности во поглед на демографските карактеристики, природните и антропогените туристички вредности и можности за развој на туризмот. Регионот на Јужна и Источна Србија располага со атрактивни геоморфолошки вредности, поволни климатски услови, значајни хидролошки потенцијал, разновидна флора и фауна, со богато културно - историско наследство, етнографски и манифестациски туристички вредности. Сето тоа покажува дека постои потенцијал за развој на селективните видови туризам. Тој потенцијал, меѓутоа, не е доволно искористен. Имајќи ја во предвид туристичко - географската положба, ресурсната основа на регионот на Јужна и Источна Србија, туристичкиот пазар, како и резултатите добиени со анализа на статистичките податоци и со анкетните истражувања, ќе се утврдат можностите за развој на селективните видови туризам.

Со дефинирањето на предметот одреден е почетокот на ова истражување. Потребно е, меѓутоа, да се утврди и целта на истражувањето на можностите за развој на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. *Цел* на истражувањето е

нагласување на насоките на идниот развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија и пронаоѓање начин на кој ќе се, низ современа програма на туристичката понуда во дестинациите на регионот на Јужна и Источна Србија, привлече поголем број домашни и странски туристи и ќе се овозможи побрз развој на туризмот со почитување на принципот на одржлив развој. За постигнување на оваа цел посебно е важно да се идентификуваат афирмативните и ограничувачките фактори во развојот на селективните видови туризам на овој простор и критички да се пристапи на нивната анализа како би се овозможил, одржал и унапредил селективниот развој на туризмот и, на тој начин, да се подигне нивото на конкурентност на регионот на Јужна и Источна Србија како туристичка дестинација.

Вака дефинираните предмет и цел на докторската дисертација бараат дефинирање на *задачата* на истражувањето, а таа е:

- Анализа на природните и антропогените туристички вредности во регионот на Јужна и Источна Србија;
- Истражување на туристичкиот пазар на Јужна и Источна Србија;
- Анализа на туристичкиот промет во регионот на Јужна и Источна Србија;
- Истражување на можностите за развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија;
- Нагласување на мерките и активностите кои треба да се преземат како би се овозможил, одржал и унапредил развојот на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија;
- Нагласување на мерки и активности кои треба да се преземат за подобрување на квалитетот на туристичката понуда во Јужна и Источна Србија.

Со решавање на наведените задачи може да се дојде до соодветни сознанија за карактеристиките на досегашниот развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија, но и до можностите за развој на селективните видови туризам на ова подрачје.

2. Методи на истражување

Мултидимензионалниот карактер на туризмот наметнува потреба за примена на разновидни методи во неговото проучување, како и во проучувањето на поедини сегменти на овој феномен. Основните методи на истражувањето произлегуваат од потребата да се

предметот на истражувањата проучи низ теренско и кабинетско истражување. Пожелно е да се комбинираат повеќе различни методи. Во ова истражување ќе бидат користени следните методи:

- **Историски метод.** На основа на историски документи и факти ќе се следи развојот на туризмот на подрачјето на Јужна и Источна Србија. Примената на овој метод ќе овозможи афирмирање на оние фактори кои придонесуваат за развојот на селективните видови туризам на ова подрачје и елиминирање на оние фактори кои го ограничуваат тој развој.
- **Просторен метод.** Со примена на просторниот метод можно е да се издвои некој туристички простор како специфичен туристички простор, но е и во самиот туристички простор, со примена на овој метод, можно е да се издвојат посебни туристички целини. На основа на просторните односи може да се воочи поврзаноста на природните и антропогените вредности во функција на развојот на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија.
- **Метод на дескрипција.** Примената на овој метод дава детален опис на сите фактори важни за развој на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија.
- **Метод на анализа.** Анализата е неопходна во сите сфери на туристичките активности. Примената на овој метод овозможува да се низ одвојување и расчленување на системот на поедини елементи дојде до сознанија за односите, причините и последиците кои постојат во развојот на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. Со примена на овој метод може да се дојде до сознание за сите релевантни содржини во развојот на селективните видови туризам на ова подрачје.
- **Метод на синтеза.** Примената на овој метод, на основа на податоците добиени со ова истражување, како и податоците од другите истражувања во оваа област, ќе овозможи да се дојде до соодветни заклучоци за моменталната состојба, можностите и правците на идниот развој на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија.
- **Метод на анкетање.** Ова е еден од најчесто користените методи, со оглед на тоа дека овозможува подлабок пристап во одредено проучување. Овој метод ќе се користи во теренските истражувања кои се однесуваат на можностите за развој на

селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија. Основен инструмент на методот на анкетање ќе биде анкетен прашалник.

- **Статистички метод.** Примената на овој метод, и покрај недостатоците кои ги има, многу е важна и не треба да се запостави. Овој метод ќе се примени како би се согледале тенденциите кои се присутни во туристичкиот промет, демографските движења кои се важни за развојот на туризмот, но и да се изврши обработка на податоците кои ќе бидат собрани во текот на ова истражување. Неговата примена овозможува приказ на моменталната состојба, можностите за развој, но и предвидување на идните развојни процеси кога се во прашање селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија.
- **Метод на моделирање.** Примената на овој метод во туризмот има големо значење, со оглед на тоа дека овозможува јасно претставување на појавите и односите во оваа област. Во ова истражување примената на методот на моделирање подразбира, пред с'е, користење на графикони, цртежи и слично, како јасно би се протолкувале одредени појави и односи во туризмот и на најдобар начин ги претставиле резултатите на истражувањата.

3. Методолошки принципи на проучување

Покрај методот на проучување, во тесна врска со предметот, целите и задачите на ова научно истражување се и методолошките принципи чие почитување во процесот на истражувањата овозможува да се откријат законитостите кои се карактеристични за туризмот како феномен и селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. Во реализацијата на ова истражување ќе се почитуваат следните методолошки принципи:

- **Генетско - еволутивен принцип.** При истражувањето, со почит на овој принцип, мора да се земат во предвид сите важни околности во развојот на туризмот на подрачјето на Јужна и Источна Србија, како и промените во развојот на туризмот на ова подрачје кои се резултат на делувањата на различните фактори.
- **Принцип на причинско - последичните односи.** Туризмот претставува систем кој се состои од бројни елементи кои не делуваат изолирано и на кои влијаат бројни фактори. Со примена на овој принцип неопходно е да се проучат сите фактори кои влијаат на развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија, да се согледаат причините, но и последиците на нивното делување.

- **Принцип на систематичност.** Заради фактот дека туризмот е сложен систем кој се состои од голем број меѓусебно поврзани подсистеми, многу е важна примената на принципот на систематичност во истражувањето на можностите за развој на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. Ова е неопходно како јасно би се издвоиле елементи, фактори, вредности, содржини и слично.
- **Принцип на споредување.** Примената на овој принцип е многу важна како би се дошло до соодветни заклучоци во проучувањето на поедини сегменти во областа на туризмот. Споредувањето на квантитативните и квалитативните категории е многу значајно во согледувањето на факторите од кои зависи развојот на туризмот, во одредувањето на идните правци на развојот на туризмот, издвојувањето на селективните видови туризам и активности во рамките на поедини видови туризам. За дефинирање на правците на идниот развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија многу е важна споредбата со можностите за развој на туризмот во земјите од опкружувањето, како и користење на нивното искуство во развојот на селективните видови туризам.

4. Основна хипотеза

Основната хипотеза е дека регионот на Јужна и Источна Србија располага со значајни природни и антропогени туристички вредности, но дека можностите за развој на селективните видови туризам на овој простор не се доволно искористени. Покрај основната хипотеза, се издвојуваат и следните подхипотези:

- Досегашниот развој на селективните видови туризам на подрачјето на Јужна и Источна Србија, и покрај компаративните предности, не е на задоволително ниво;
- Развојот на селективните видови туризам е една од стратешките цели на развојот на туризмот на подрачјето на Јужна и Источна Србија;
- Не постои соодветна стратегија на развојот, во рамките кои се дефинирани основните цели и правци на развојот на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија со почитување на принципот на одржлив развој, како и конкретните мерки и активности за реализација на поставените цели;

- Развојот на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија придонесува за вкупниот општествено - економски развој на регионот.

Потврдувањето или негирањето на основната хипотеза и подхипотезите ќе доведе до значајни резултати и заклучоци кога е во прашање истражувањето на можностите за развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија.

5. Очекувани резултати

Имајќи ги во превид предметот, целите и задачите на ова истражување, методите кои во него ќе бидат користени, принципите кои ќе бидат почитувани, како и поставените хипотези, од оваа докторска дисертација се очекуваат следните резултати:

- Истакнување на карактеристиките од досегашниот развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија, со посебен осврт на проблемите кои постојат во тој развој и пронаоѓање начини за нивно решавање како би се овозможил подинамичен развој на туризмот во овој регион;
- Анализа на предностите, недостатоците, можностите и опасностите за развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија;
- Дефинирање и предлагање на адекватни мерки за користење на предностите и можностите и отстранување на недостатоците и опасностите за развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија;
- Нагласување на проблемите во областа на туристичката валоризација на просторот, можностите за креирање на туристичкиот производ, комплексните туристички понуди и можности за пласман на тие производи;
- Нагласување на природните и антропогените вредности во регионот на Јужна и Источна Србија кои претставуваат основа за издвојување и одржлив развој на селективните видови туризам во овој регион;
- Нагласување на значењата кои селективните видови туризам ги имаат во развојот на туризмот и вкупниот општествено - економски развој на овој регион;
- Донесување соодветни заклучоци на основа на добиените резултати од истражувањето кои треба да овозможат издвојување на приоритетните категории и пристап во развојот на селективните видови туризам;

- Креирање на план на селективниот развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија;
- Креирање на туристичката понуда во регионот на Јужна и Источна Србија (на основа на согледаните можности и резултати од истражувањето) која ќе одговара на барањата на современиот турист и ќе биде во склад со принципите на одржливиот развој;
- Предлог конкретни мерки и активности за развој и унапредување на туристичката понуда на регионот;
- Донесување соодветни заклучоци на основа на добиените резултати од истражувањето кои можат да послужат како пример на другите региони кога е во прашање развојот на селективните видови туризам;
- Јакнење на улогата на сите релевантни и заинтересирани страни во развојот на туристичкото стопанство на регионот на Јужна и Источна Србија и промоција на производите од селективните видови туризам;
- Донесување соодветни заклучоци на основа на добиените резултати од истражувањето кои треба да овозможат подобро позиционирање на регионот со автентичните туристички производи на домашниот и меѓународниот туристички пазар.

Резултатите од ова истражување можат да бидат од корист и при дефинирањето на стратегијата и пишувањето на проекти врзани за развојот на туризмот во поедини окрузи и општини во регионот на Јужна и Источна Србија. Тие, исто така, можат да им послужат на креаторите на туристичката политика и на доносителите на одлуки кога е во прашање развојот на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. Покрај тоа, се очекува дисертацијата и резултатите од истражувањето во одредена мера да ја дополнат постоечката литература во областа на туризмот и селективните видови туризам, посебно во регионот на Јужна и Источна Србија.

6. Основни теориски и оперативни претпоставки

Досегашниот развој на туризмот, покрај другото, го карактеризираат бројни концепции на развојот следени од различни видови туризам. Редефинирањето на постоечките и развојот на новите концепции на видовите туризам и туристичките производи имале значајна улога во развојот на туризмот (Максин, 2012). Авторите Срзентић & Витић –

Ћетковић (2016) истакнуваат дека моменталните промени на глобалниот пазар ги карактеризираат с'е посложени барања за постигнување конкурентност на туристичките дестинации, како и с'е посложени потреби и барања на потрошувачите. Тие повеќе не се пасивни набљудувачи, туку активно се вклучени во креирањето на своето опкружување, што се одразува на маркетинг менаџмент дестинацијата (стр. 25). Затоа е неопходно креирање на алтернативна понуда со производи со специјални интереси кои ќе одговараат на барањата на современите туристи. С'е посложените и разновидни барања, интереси, мотиви кои се присутни од страна на туристичкото барање, побаруваат различни начини на задоволувања на туристичките потреби. Заради тоа и настанале различни видови туризам. „Не постои единствен став за тоа што е тип, а што облик, односно вид туризам, бидејќи на страната на туристичката побарувачка најчесто се јавуваат голем број меѓусебно испреплетени мотиви“ (Дашић & Јовичић, 2011, стр. 135).

Авторите Ћорлука, Матошевић Радић & Геић (2013) истакнуваат дека современиот туризам често се нарекува селективен туризам. Селективниот туризам настанал како нешто спротивно на масовниот туризам. Селективниот туризам се јавува како одговор на негативните импликации на масовниот туризам. Најважна карактеристика на селективниот туризам е ставање на туристите во фокусот при креирање на туристичкиот производ. Низ диверзификацијата на туристичката понуда, туристичкиот производ е прилагоден на помали групи туристи. Селективниот туризам е дефиниран како збир од различни видови туризам во склад со природните и културните вредности на локалната заедница, така да на домаќините и гостите им обезбедува позитивно и вредно искуство низ меѓусебна интеракција (стр. 91). С'е поголемата хетерогеност на туристичката побарувачка и диверзификацијата на туристичката понуда, резултат се на развојот и ширењето на туристичкиот пазар. Развојот на специфичните видови туризам се базира на понудата на уникатните вредности. Да би се зборувало за успешен развој на специфичните видови туризам на некоја туристичка дестинација, за нивната промоција и пласман на специфичните туристички производи, неопходно е препознавање на сите позитивни и негативни влијанија и фактори за развој на туристичката дестинација. Селективните видови туризам може да се развиваат на простори кои поседуваат специфичен туристички потенцијал, во земјите кои ги препознале своите туристички потенцијали и значењето на тие потенцијали, како и на простори каде луѓето се подготвени да ризикуваат како би овозможиле развој на селективните видови туризам (Штетић, Шимичевић & Ницић, 2009). Авторите Бјељац, Бранков & Поповић (2009) наведуваат дека регионите (окрузите) во Република Србија имаат природни, културни и историски потенцијали кои можат да дефинираат одредени видови туристичка понуда. Овие

потенцијали не се искористени во целост, бидејќи се со еден дел дефинирани со разликите во постоечките услови - природа, културно и историско наследство, а дел со креираните услови - достапност, инфраструктурна опременост, сектор на услуги, разновидност од спортско - рекреативни содржини, туристичка организација, итн. (стр. 96). Според авторот Мојић (2012) „регионот на Јужна Србија претставува многу интересна туристичка дестинација по својата географска положба (раскрсница од патишта), со исклучителни природни убавини, културно - историски вредности, погодни климатски услови, богати со реки, езера и термални води“ (стр. 148).

Според Стратегијата за развој на туризмот на Република Србија за периодот 2016 – 2025, туризмот и со него поврзаните дејности ќе станат една од доминантните стопански гранки која ефикасно ќе обезбедува нова додадена вредност и одржливо вработување, и битно ќе придонесе за локалниот и регионалниот развој. Секторот за туризам на Република Србија ќе биде во состојба ефикасно и флексибилно да ја усогласува својата понуда со современите трендови на глобалниот туристички пазар и да понуди автентични искуства, доживувања и производи со висок квалитет, што, со традиционалното гостопримство, ќе биде основа на препознатливост во однос на конкуренцијата (стр. 37). „Позитивните ефекти од развојот на туризмот влијаат на развој на недоволно развиените региони (ја изедначува регионалната неразвиеност), отворање на нови работни места, што се рефлектира на намалување на невработеноста и намалување на сиромашијата, подобрување на животниот стандард на месното население, потоа на забрзување на инвестициите, развој на инфраструктурата и слично (Стратегија развоја туризма Републике Србије за период 2016 - 2025, 2016, стр. 42).

Имајќи ги во предвид заклучоците на бенчмаркинг анализата во Мастер планот на туристичката дестинација „Стиг - Кучајска Планина - Бељаница (2007), најновите трендови на пазарот покажуваат значајни иновации и диверзификација во групата туристички производи со специјални интересирања (набљудување на природата, кањонинг, лов и риболов, пешачење, рафтинг, параглајдинг, јавање, обиколка на културните и природните наследства, велосипедизам, планинарење, алпско и нордиско скијање, санкање, сноубординг, пловење со чамец и речни експедиции, слободно искачување по карпи, кампирање, возење 4x4, истражување и едукации, обиколка, проучување на кањони и пештери, пеинтбол и слично). Дадените процеси се одвиваат паралелно со унапредувањето и проширувањето на постоечките понуди во зависност од староста на туристите и нивните преференции (стр. 4).

„Како одговор на транзициските предизвици, како и предизвиците од глобализацијата, а на база на изобилието од високо вредни атракции, туризмот ќе се искористи како клучна

шипка на стопанскиот раст и обезбедување на долгорочна благосостојба и квалитет на животот на месното население“ (Мастер план туристичке дестинације „Доње Подунаље“, 2007, стр. 8).

Туристичкиот промет е збирен показател на обемот, динамиката и структурата на туристичките движења. Го покажува бројот на доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи, како и вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристи во регионот на Јужна и Источна Србија и по поедини окрузи на овој регион. На основа на податоците од публикациите Општине у Србији, изданија 2006, 2007, 2008, 2009 и 2010, од публикациите Општине и региони у Републици Србији, изданија 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 и Соопштенија УТ10, Број 18 - год., може да се воочи движењето на вкупниот број на доаѓања на туристи во регионот на Јужна и Источна Србија во периодот од 2006 до 2016 година. Тие податоци покажуваат дека вкупниот број на доаѓања на туристите од 2006 до 2008 година постепено се зголемувал (од 342.284 доаѓања во 2006 година до 412.334 доаѓања во 2008 година). Во тој период се зголемувал бројот на доаѓања и на домашните и на странските туристи. Во 2009 година доаѓа до намалување на вкупниот број доаѓања на туристи (од 412.334 доаѓања во 2008 година на 371.238 доаѓања во 2009 година). Доаѓа до намалување на бројот на доаѓања на домашни туристи. Намалувањето на бројот на доаѓања на домашни туристи (и вкупниот број доаѓања на туристи) било карактеристично и за 2010 година. Во 2011 година доаѓа до зголемување на бројот на доаѓања на домашни (и вкупниот број доаѓања) туристи, за во 2012 година повторно да дојде до намалување на бројот на доаѓања на домашни (и вкупниот број) туристи. Намалувањето на бројот на доаѓања било карактеристично и за 2013 и 2014 година, додека во 2015 и 2016 година доаѓа до зголемување на бројот на доаѓања на домашни (и вкупниот број доаѓања) туристи. Во набљудуваниот период постојано се зголемувал бројот на доаѓања на странските туристи во регионот на Јужна и Источна Србија, освен во 2011 година кога дошло до намалување на бројот на доаѓања на странски туристи во однос на 2010 година. Во периодот од 2006 до 2016 година најголем број доаѓања на домашни туристи во овој регион забележан е во 2008 година (347.376 доаѓања), најголем број доаѓања на странски туристи забележан е во 2016 година (111.552 доаѓања во периодот од јануари до ноември 2016 година), а најголем вкупен број доаѓања на туристи забележан е во 2008 година (412.334 доаѓања). Врз основа на овие податоци гледаме дека многу е поголемо учеството на домашните во однос на странските туристи во вкупниот број доаѓања (Републички завод за статистику - Република Србија, 2016).

На основа на податоците од публикациите Општине у Србији, изданија 2006, 2007, 2008, 2009 и 2010, од публикациите Општине и региони у Републици Србији, изданија 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 и Соопштенијата УТ10, Број 18 - год., може да се воочи движењето на вкупниот број ноќевања на туристите во регионот на Јужна и Источна Србија во периодот од 2006 до 2016 година. Кога е во прашање вкупниот број ноќевања на туристите во регионот на Јужна и Источна Србија од 2006 до 2008 година, тој број се зголемувал (од 1.427.341 ноќевања во 2006 година на 1.541.735 ноќевања во 2008 година. Од 2009 до 2014 година доаѓа до намалување на вкупниот број ноќевања на туристите, освен во 2011 година кога вкупниот број ноќевања на туристите се зголемил во однос на 2010 година. Во 2015 и 2016 година доаѓа до зголемување на вкупниот број ноќевања на туристи во регионот на Јужна и Источна Србија. Во набљудуваниот период домашните туристи најголем број ноќевања оствариле во 2008 година (1.424.628 ноќевања), а најмал број ноќевања во 2014 година (805.322 ноќевања). Странските туристи најголем број ноќевања оствариле во 2015 година (211.313 ноќевања), а најмал број ноќевања во 2006 година (67.007 ноќевања). Најголем вкупен број ноќевања на туристите остварен е во 2008 година (1.541.735 ноќевања), а најмал вкупен број ноќевања на туристите остварен е во 2014 година (995.948 ноќевања). Притоа, во вкупниот број ноќевања на туристите многу е поголемо учеството ноќевањата што ги оствариле домашните туристи (Републички завод за статистику - Република Србија, 2016).

II ТУРИСТИЧКО - ГЕОГРАФСКА ПОЛОЖБА НА РЕГИОНОТ НА ЈУЖНА И ИСТОЧНА СРБИЈА

Според Уредбата за номенклатура на статистичките територијални единици („Службени гласник РС“, бр. 109/09 и 46/10) на територијата на Република Србија се издвојуваат групи територијални единици со нивоа на групирање - НСТЈ. Во членот 3. од Уредбата за номенклатура на статистичките територијални единици („Службени гласник РС“, бр. 109/09 и 46/10) се наведуваат критериуми по кои се врши групирање по нивоа НСТЈ, а кои се базираат на општи критериуми кои су утврдени со стандардите на Европската унија. Тоа се следните критериуми:

- број на жители;
- геополитичка позиција;
- природни потенцијали;
- постоечка територијална регионализација;
- културно - историско наследство.

Нивото НСТЈ 1 го чинат територијалните единици на региони од нивоата НСТЈ 2, додека нивото НСТЈ 2 го чинат територијалните единици од областа од нивоата НСТЈ 3. На нивото НСТЈ 1 се две функционални целини: Србија - север и Србија - југ. Во состав на единицата НСТЈ 1 Србија - север влегуваат региони од нивоата НСТЈ 2, а тоа се Белградскиот регион и Регионот на Војводина. Во состав на единиците НСТЈ 1 Србија - југ влегуваат региони од нивоата НСТЈ 2, а тоа се регионот на Шумадија и Западна Србија, Регионот на Јужна и Источна Србија, Регионот на Косово и Метохија.

Табела 1 Површина на регионите и број на население во регионите на Република Србија

Регион	Површина (км ²)	Број на население
Белградски регион	3.234	1.679.895
Регион Војводина	21.614	1.891.701
Регион Шумадија и Западна Србија	26.493	1.972.183
Регион Јужна и Источна Србија	26.248	1.551.604
Регион Косово и Метохија	10.910	-

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓа во југоисточна Европа, во југоисточниот дел на Србија, во централниот дел на Балканскиот Полуостров. Овој регион зазема површина од 26.248 км², што претставува 29,7% од територијата на Република Србија (Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 418). Спрема податоците на Републичкиот завод за статистика при реализацијата на пописот на населението во текот на

2011 година во регионот на Јужна и Источна Србија имало је 1.563.916 жители, а просечната густина на населеност е 59,6 жител на 1км², што е многу помалку во однос на просечната густина на населеност во Република Србија, која изнесува 92,6 жители на 1км².

Карта 1 Карта на регионите во Србија



Извор: Институт за територијални економски развој (InTER), достапно на http://www.lokalnirazvoj.org/upload/Book/Document/2012_03/Regions_and_Cities.jpg

Според статистичката поделба од 2010 година, регионот на Јужна и Источна Србија го сочинуваат девет управни окрузи: **Подунавски управен округ** (Смедерево, Смедеревска Паланка, Велика Плана), **Браничевски управен округ** (Пожаревац, Костолац, Петровац на Млава, Велико Градиште, Голубац, Жагубица, Жабари, Кучево, Мало Црниће), **Борски управен округ** (Бор, Кладово, Мајданпек, Неготин), **Заечарски управен округ** (Заечар, Књажевац, Болевац, Сокобања), **Пиротски управен округ** (Пирот, Димитровград, Бела Паланка, Бабушница), **Нишавски управен округ** (Ниш, Алексинац, Ражањ, Сврлиг, Меровина, Долевац, Гацин Хан), **Топлички управен округ** (Прокупле, Куршумлија, Блаце, Житораѓа), **Јабланички управен округ** (Лесковац, Власотинце, Лебана, Медвеѓа, Бојник, Црна Трава) и **Пчињски управен округ** (Врање, Врањска Бања, Владичин Хан, Сурдулица, Бујановац, Прешево, Трговиште, Босилеград).

Карта 2 Карта на регионот на Јужна и Источна Србија



Извор: Институт за територијални економски развој (InTER), достапно на <http://www.lokalnirazvoj.org/sr/books/details/23>

Регионот на Јужна и Источна Србија го сочинуваат: 9 области, 6 градови, 9 градски општини, 41 општина, 1.973 населби, 46 градски населби (Статистички годишник на Република Србија, 2016, стр. 19). Секоја од наведените области има свои специфичности во поглед на демографските карактеристики, природните туристички вредности, антропогените туристички вредности и можностите за развој на селективните облици на туризмот.

1. Карактеристики на туристичко - географската положба како фактор во развојот на туризмот

Србија (како земја) и регионот на Јужна и Источна Србија (како еден од нејзините региони) имаат многу поволна туристичко - географска положба. Тоа, покрај останатото, се базира на фактот дека постои исклучително добра сообраќајна поврзаност на регионот, што е важно за развојот на туризмот, но и за севкупниот развој на регионот.

Србија е земја низ која поминуваат најважните патни правци кои ги поврзуваат Европа и Азија. Важните меѓународни патишта и железнички пруги кои поминуваат преку територијата на Србија прават таа да претставува раскрсница на патишта што ја поврзуваат западна и централна Европа, од една страна, и Блискиот Исток, Азија и Африка, од друга страна.

„На територијата на регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓа густа мрежа од меѓународни, регионални и локални патишта. Најзначајна патна сообраќајница е меѓународниот автопат Е-75, кој на територијата северно од Ниш се дели на автопат Е-75 кој води кон Солун и Атина и меѓународниот пат Е-80 кој води кон Софија. Освен Коридорот Х, од посебно значење за регионот се и меѓународниот пат Е-771 Ниш – Сврлиг – Заечар – Неготин – Кладово - Турну Северин, регионалниот пат М-25 Ниш – Прокупле – Куршумлија – Подуево - Приштина, како и регионалниот пат М-9 Пирот – Бабушница – Власотинце – Лесковац – Лебане - Приштина“ (Регионална развојна агенција Југ, преземено од <http://tra-jug.rs/saobracajna%20infrastruktura>).

Покрај тоа, преку територијата на регионот поминуваат и важни железнички пруги. Многу е значајно и присуството на меѓународниот аеродром „Константин Велики“ кој се наоѓа во Ниш (центарот на регионот Јужна и Источна Србија).

Еден дел од текот на Дунав низ Србија поминува токму низ овој регион. Тоа значи дека преку територијата на регионот Јужна и Источна Србија поминува и Коридорот VII или Дунавскиот коридор, кој претставува значаен потенцијал за развој на туризмот, сообраќајот, трговијата и слично. Тој потенцијал, меѓутоа, не е доволно искористен.

1.1. Карактеристики на математичко - географската положба на регионот на Јужна и Источна Србија

Авторите Мариноски, Стаменковиќ & Илиќ (2015) наведуваат дека **математичко - географската положба** ја претставува основната релативна и локална компонента на географските простори, што значи дека е основа и на туристичко - географските проучувања. Во овие проучувања најпрво се одредува точната локација на картата со користење на математички параметри. Овие одредувања се остваруваат преку параметри како што се: северна и јужна ширина, источна и западна должина, надморска висина, часовни зони, површина на територијата на туристичките просторни целини и дистанците меѓу одредените елементи на географската средина (стр. 47).

„Географската положба на регионот Јужна и Источна Србија одреден е со координатите 44° 25' 13" - 44° 45' 05" северна географска ширина и 22° 10' 41" - 22° 46' 46" источна географска должина“ (Гашиќ, 2016, стр. 59).

Највисок врв на регионот е Миџор (2.169м надморска висина) на Стара Планина, на границата Србија и Бугарија. Најниска точка на регионот (истовремено и најниска точка во Србија) е устието на Тимок во Дунав (28м надморска висина).

Според површината во регионот Јужна и Источна Србија најголем е Браничевскиот округ (3.857км²), а најмал Подунавскиот округ (1.250км²). Најголем број населби во овој регион има Пчињскиот округ (363 населби), а најмал насеби Подунавскиот округ (59 насеби). Најмногу жители во регионот Јужна и Источна Србија има Нишавскиот округ (368.088 жители), додека најмал број жители има Топличкиот округ (87.414 жители).

Табела 2 Окрузи во регионот Јужна и Источна Србија, нивна површина, број на население и број на жители според податоците од 2015 година

Округ	Површина (км ²)	Број на населби	Број на жители
Подунавски	1.250	59	192.934
Браничевски	3.857	189	174.888
Борски	3.507	90	118.384
Заечарски	3.624	173	113.131
Пиротски	2.761	214	88.095
Нишавски	2.728	282	368.088
Топлички	2.231	267	87.414
Јабланички	2.770	336	207.500
Пчињски	3.520	363	201.170

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Географската положба на **Подунавскиот округ** одредена е со координатите 44° 29' 3" северна географска ширина и 20° 54' 42" источна географска должина. Подрачјето на

Подунавскиот округ зазема површина од 1.250 км². Во овој округ има 59 населби и 192.934 жители (Статистички годишњак Републике Србије, 2016). Седиште на овој округ е Смедерево.

Географската положба на **Браничевскиот округ** одредена е со координатите 44° 28' 49" северна географска ширина и 21° 35' 10" источна географска должина. Подрачјето на Браничевскиот округ зазема површина од 3.857км². Во овој округ има 189 населби и 174.888 жители (Статистички годишњак Републике Србије, 2016). Седиште на овој округ е Пожаревац.

Географската положба на **Борскиот округ** одредена е со координатите 44° 22' 0" северна географска ширина и 22° 15' 0" источна географска должина. Подрачјето на Борскиот округ зазема површина од 3.507км². Во овој округ има 90 населби и 118.384 жители (Статистички годишњак Републике Србије, 2016). Седиште на овој округ е Бор.

Географската положба на **Заечарскиот округ** одредена е со координатите 43° 41' 57" северна географска ширина и 21° 59' 16" источна географска дужина. Подрачјето на Заечарскиот округ зазема површина од 3.624км². Во овој округ има 173 населби и 113.131 жители (Статистички годишњак Републике Србије, 2016). Седиште на овој округ е Заечар.

Географската положба на **Пиротскиот округ** одредена е со координатите 43° 10' 31" северна географска ширина и 22° 35' 34" источна географска должина. Подрачјето на Пиротскиот округ зазема површина од 2.761км². Во овој округ има 214 населби и 88.095 жители (Статистички годишњак Републике Србије, 2016). Седиште на овој округ е Пирот.

Географската положба на **Нишавскиот округ** одредена е со координатите 43° 19' 23" северна географска ширина и 21° 53' 40" источна географска должина. Подрачјето на Нишавскиот округ зазема површина од 2.728км². Во овој округ има 282 населби и 368.088 жители (Статистички годишњак Републике Србије, 2016). Седиште на овој округ е Ниш.

„Географската положба на **Топличкиот округ** одредена е со координатите 42° 54' - 43° 24' северна географска ширина и 18° 30' - 19° 30' источна географска должина“ (Гашић, 2015, стр. 54). Подрачјето на Топличкиот округ зазема површина од 2.231км². Во овој округ има 267 населби и 87.414 жители (Статистички годишњак Републике Србије, 2016). Седиште на овој округ е Прокупле.

Географската положба на **Јабланичкиот округ** одредена е со координатите 42° 59' 43" северна географска ширина и 21° 55' 4" источна географска должина. Подрачјето на Јабланичкиот округ зазема површина од 2.770км². Во овој округ има 336 населби и 207.500 жители (Статистички годишњак Републике Србије, 2016). Седиште на овој округ е Лесковац.

Географската положба на **Пчињскиот округ** одредена е со координатите 42° 33' 46" северна географска ширина и 21° 52' 57" источна географска должина. Подрачјето на Пчињскиот округ зазема површина од 3.520км². Во овој округ има 363 населби и 201.170 жители (Статистички годишњак Републике Србије, 2016). Седиште на овој округ е Врање.

1.2. Карактеристики на физичко – географската положба на регионот на Јужна и Источна Србија

Физичко - географската положба на регионот Јужна и Источна Србија ја одредуваат карактеристиките на геоморфолошките, климатските, хидрографските вредности, како и карактеристиките на флората и фауната. Овој регион се одликува со значајни геоморфолошки туристички вредности, поволни климатски услови, со богат хидролошки потенцијал и разновиден растителен и животински свет.

1.2.1. Геоморфолошки туристички вредности

Од геоморфолошките туристички вредности на регионот Јужна и Источна Србија посебно се издвојуваат **планините**, имајќи го во предвид нивното пространство и пејзажната разноликост. Планините содржат бројни, меѓусебно поврзани елементи, од кои некои можат да се користат за туристичка намена. Карактеристиките на планините овозможуваат реализација на зимско - спортски, спортско - манифестациски, излетнички, рекреативни и други туристички активности. Во регионот Јужна и Источна Србија доминираат ниски и средни венечни планини. Посебно во овој регион се издвојуваат Стара Планина, Сува Планина, Црн Врв, Мироч, Хомолски Планини, Ртањ, Озрен, Радан Планина, Бесна кобила, Бељаница и Тупижница. Највисок врв во регионот Јужна и Источна Србија е Миџор (2.169м) на Стара Планина. **Клисурите и кањоните** претставуваат посебен вид геоморфолошки туристички вредности. Нивното значење за туризмот се огледа во тоа што преку нив се простираат патни правци кои водат кон туристичките просторни целини, така да во клисурите и кањоните се лоцирани објекти карактеристични за транзитен туризам. Во регионот Јужна и Источна Србија се издвојуваат следните **клисуре**: Гердапска клисура (најголема и најдолга во Европа), Сиќевачка Клисура, Грделичка Клисура, Сврлишка Клисура, Јелашничка Клисура, Горњачка Клисура и клисурата Ждрело. Кога се во прашање **кањоните** во овој регион се издвојуваат: Кањонот на Лазарева река, Кањонот Демижлока, Кањонот на реката Јерма, Кањонот на Темштица, Кањонот на реката Вучјанка, Кањонот на Микулска Река, Кањонот на Росомача, Кањонот на реката Веј, Кањонот на Владикина Плоча. Посебен вид геоморфолошки туристички

вредности и посебен сегмент на туристичката понуда на регионот Јужна и Источна Србија чинат **пештерите**. Активирањето на пештерите во голема мера зависи од нивната географска положба и пристапноста. Посебна предност имаат пештерите кои се наоѓаат во близина на други туристички вредности. Во регионот Јужна и Источна Србија од пештерите кои се уредени за туристички посети треба да се издвојат Церемошња и Равништарка (кај Кучево), комплексот Злотски пештери (кај Бор), Рајковата пештера (кај Мајданпек) и Боговинска пештера (кај Болевац). Во регионот Јужна и Источна Србија постојат два геоморфолошки феномена кои се единствени во Европа. Тоа се Ѓаволја варош (кај Куршумлија) и Вражји камен (кај Трговиште). Туристички е валоризирана само Ѓаволја варош - природен феномен кој секојдневно го посетуваат туристи од земјата и регионот.

1.2.2. *Климата како туристичка вредност*

Основа на туристичкиот развој претставуваат **климатските карактеристики** на просторот кои, во голема мера, ги одредуваат обликот и динамиката на туристичките активности и делуваат во сите сфери на туристичките активности. Климатските карактеристики зависат од климатските фактори и климатските елементи. Туристичката валоризација треба да ги опфати и климатските фактори и климатските елементи. Најзначајни елементи на климата се: температурата на воздухот, врнежите, релативната влажност на воздухот, облачноста, инсолацијата и ветровите. Разгледувањето на елементите на климата во регионот Јужна и Источна Србија го вршат метеоролошките станици во Смедеревска Паланка, Велико Градиште, Заечар, Неготин, Ниш, Лесковац, Врање, Пирот и Куршумлија. Во регионот Јужна и Источна Србија застапена е умерено - континентална клима, субпланинска и планинска клима.

1.2.3. *Хидрографски туристички вредности*

Регионот Јужна и Источна Србија поседува богат хидролошки потенцијал. Може да се рече дека ова е регион на бањи и најразновидни **термоминерални води**. На просторот на Јужна и Источна Србија се издвојуваат следните бањи: Врањска Бања, Бујановачка Бања (Пчињски округ), Сијаринска Бања (Јабланички округ), Звоначка Бања, Даг Бањица (Пиротски округ), Нишка Бања, Топило (Нишавски округ), Луковска Бања, Пролом Бања, Сува чешма, Вича (Топлички округ), Сокобања, Гамзиградска Бања, Ргошка Бања, Николичево (Заечарски округ), Брестовачка Бања (Борски округ), Дубока, Бања Ждрело (Браничевски округ), Паланачки кисељак (Подунавски округ). Покрај тоа, тука су **реките** и

езерата кои привлекуваат внимание на голем број туристи благодарение на своите туристички потенцијали. Од реките посебно се истакнува Дунав. Покрај тоа, можат да се издвојат Нишава, Тимок, Јабланица, Топлица, Моравица, Пчиња, Власина, и други. На просторот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат Гердапско Езеро (најголемо вештачко езеро во Србија), Сребрено Езеро, Борско Езеро, Бованско Езеро, Брестовачко Езеро, Врмџанско Езеро, Завојско Езеро, Крупачко Езеро, Власинско Езеро и други. На овој простор постојат и голем број **врела** кои претставуваат дел од хидрографските туристички вредности. Тоа се Врело на Млава, Крупачко Врело, Крупајско Врело и други. **Водопадите** претставуваат, исто така, хидрографски туристички вредности. Во регионот Јужна и Источна Србија постојат голем број водопади. Повеќе од третина од вкупниот број водопади во Србија се наоѓаат на Стара Планина и претставуваат посебно интересни туристички вредности.

1.2.4. Растителен и животински свет

Подрачјето на Јужна и Источна Србија е простор на кој постојат големи разлики во релјефот, климата, хидрографијата и слично, така да **растителниот и животинскиот свет** е разновиден. Во Србија се идентификувани локалитети на меѓународно значајни растителни подрачја, што покажува дека постои значаен туристички потенцијал. Од вкупно 62 меѓународно значајни локалитети на растителни подрачја во Србија, 15 локалитети се наоѓаат во регионот на Јужна и Источна Србија. Животинскиот свет, исто така, влијае на атрактивноста на просторот и создава услови за развој на ловниот и риболовниот туризам. Бројните видови дивеч во шумите и бројните видови риби во водите на овој регион даваат можности за лов, риболов, фотографирање, истражување и слично.

1.3. Просторно - географски карактеристики на регионот Јужна и Источна Србија

Просторно - географските карактеристики на регионот Јужна и Источна Србија произлегуваат од лоцираноста на регионот во однос на другите просторни целини. Ова овозможува утврдување на припадноста или меѓусебната поврзаност и зависноста на просторните целини кои го одредуваат туристичкиот развој на ова подрачје (Мариноски, Стаменковиќ & Илиќ, 2015). Просторно - географските карактеристики на регионот Јужна и Источна Србија можеме да ги согледаме преку анализата на положбата на овој регион во однос на: положбата во рамките на одредена географска средина; положбата кон насоките на туристичките движења; положбата кон емитивните центри и положбата кон конкурентните просторни целини.

1.3.1. Положба во рамките на одредена географска средина

Регионот Јужна и Источна Србија се наоѓа во југоисточна Европа, во југоисточниот дел на Србија, во централниот дел на Балканскиот Полуостров и зазема површина од 26.248км². Ова подрачје поседува атрактивни геоморфолошки туристички вредности, богати со хидрографски вредности и разновиден растителен и животински свет. Во регионот на Јужна и Источна Србија застапена е умерено - континентална клима, субпланинска и планинска клима. Регионот располага со богато културно - историско наследство, етнографски и манифестациски туристички вредности. Сето ова, со добра сообраќајна поврзаност, претставува значаен потенцијал за развој на туризмот.

1.3.2. Положба кон правците на туристичките движења

Туристичките движења подразбираат движење на луѓето од местото на живеење, кај кои се јавува потреба за туристичко движење, кон туристички дестинации, во кои таа туристичка потреба се задоволува. Како што е веќе спомнато, преку територијата на регионот Јужна и Источна Србија поминува мрежа од многу важни патни и железнички комуникации и протекува еден дел од текот на Дунав низ Србија. Во регионот, покрај тоа, се наоѓа меѓународниот аеродром „Константин Велики“ во Ниш. На тој начин овој регион е поврзан со средна и западна Европа, од една страна и Блискиот Исток и Азија, од друга страна. Имајќи го тоа во предвид, овој регион има повољна положба кон правците на туристичките движења. Во рамките на регионот најповољна положба имаат местата кои поседуваат одредени природни и антропогени туристички вредности и се наоѓаат близу овие важни меѓународни сообраќајници.

Еден од начините да се одредат правците на туристичките движења е анализа на туристичкиот промет. Во табелата 3 прикажани се податоци за бројот на доаѓања на туристи во окрузите на регионот на Јужна и Источна Србија во периодот од 2012 до 2015 година. На основа на податоците од табела 3 можеме да воочиме дека во текот на 2012, 2013 и 2014 година најголем број доаѓања на туристи остварен е во Заечарскиот округ (82.177 доаѓања). На второ место е Нишавскиот округ (79.631 доаѓања), на трето место Борскиот округ (68.023 доаѓања), додека најмал број доаѓања на туристи е забележан во Пиротскиот округ (9.455 доаѓања). Во 2015 година најголем број доаѓања на туристи е остварен во Нишавскиот округ (83.292 доаѓања), потоа во Заечарскиот округ (81.309 доаѓања) и Борскиот округ (63.524 доаѓања), додека најмал број доаѓања таа година е остварен во Подунавскиот округ (10.617 доаѓања).

Табела 3 Доаѓања на туристи по окрузите на регионот Јужна и Источна Србија во периодот 2012 - 2015 година

Округ	Туристи (домашни и странски)			
	2012.	2013.	2014.	2015.
Подунавски	13.815	17.282	12.572	10.617
Браничевски	30.490	32.569	39.885	45.154
Борски	68.023	59.449	56.789	63.524
Заечарски	82.177	82.659	70.769	81.309
Нишавски	79.631	64.990	70.413	83.292
Топлички	27.887	24.208	22.990	27.170
Пиротски	9.455	9.181	11.432	11.589
Јабланички	20.539	23.416	22.397	20.790
Пчињски	21.689	21.055	22.282	18.333

Извор: Податоци од публикациите *Опитине и региони у Републици Србији 2013, 2014, 2015, 2016*

Табела 4 Ноќевања на туристи по окрузите на регионот Јужна и Источна Србија во периодот 2012 - 2015 година

Округ	Ноќевања (на домашни и странски) туристи			
	2012.	2013.	2014.	2015.
Подунавски	24.674	21.127	17.782	20.666
Браничевски	65.673	70.840	86.159	106.524
Борски	164.169	146.528	136.252	146.759
Заечарски	431.066	426.906	319.554	319.909
Нишавски	290.984	126.393	134.990	158.919
Топлички	151.360	133.303	135.179	157.013
Пиротски	26.367	18.556	28.319	24.393
Јабланички	73.036	81.546	72.910	70.279
Пчињски	88.105	80.978	64.803	62.536

Извор: Податоци од публикациите *Опитине и региони у Републици Србији 2013, 2014, 2015, 2016*

Во табела 4 прикажани се податоци за бројот на ноќевања на туристи по окрузите на регионот на Јужна и Источна Србија во периодот од 2012 до 2015 година. Најголем број ноќевања на туристи во 2012 година остварен е во Заечарскиот округ (431.066 ноќевања), потоа во Нишавскиот округ (290.984 ноќевања), додека на трето место е Борскиот округ (164.169 ноќевања). Најмал број ноќевања таа година остварен е во Подунавскиот округ (24.674 ноќевања). Во 2013 година најголем број ноќевања е остварен во Заечарскиот округ (426.906 ноќевања), на второ место е Борскиот округ (146.528 ноќевања), додека на трето место е Топличкиот округ (133.303 ноќевања). Таа година најмал број ноќевања е остварен во Пиротскиот округ (18.556 ноќевања). Во 2014 година на прво, второ и трето место по бројот на ноќевања на туристи, исто така, се Заечарскиот округ (319.554 ноќевања), Борскиот округ (136.252 ноќевања) и Топличкиот округ (135.179 ноќевања), додека најмал број ноќевања е остварен во Подунавскиот округ (17.782 ноќевања). Во текот на 2015 година

најголем број остварени ноќевања забележан е во Заечарскиот округ (319.909 ноќевања), потоа во Нишавскиот округ (158.919 ноќевања) и Топличкиот округ (157.013 ноќевања), додека најмал број ноќевања, како и претходната година, остварен е во Подунавскиот округ (20.666 ноќевања). На основа на податоците од табела 4 може да се воочи дека во разгледуваниот период најголем број ноќевања остварен е во Заечарскиот округ.

1.3.3. Положба кон емитивните центри

Положбата кон емитивните центри има многу големо значење за развој на туризмот на одредени просторни целини. Во таа смисла, потребно е да се врши анализа на одредена просторна целина во однос на потенцијалните емитивни простори. Многу е важно таа анализа да биде континуирана, со оглед на тоа дека се работи за променливи параметри. Кога се работи за планирање на развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија, едно од главните прашања е кои се тоа емитивни простори во однос на локалитетите на овој регион.

За регионот на Јужна и Источна Србија важни се домашните и меѓународните емитивни простори. Кога е во прашање домашниот емитивен простор, потребно е да се истакнат градските центри во целата земја. Кога е во прашање меѓународниот емитивен простор, треба да се истакнат пред с'е земјите во опкружувањето (Босна и Херцеговина, Црна Гора, Македонија, Бугарија, Романија, Хрватска, Словенија). Современите туристички движења, меѓутоа, покажуваат дека регионот може да смета и на туристи од земјите на западна, средна и источна Европа. Затоа е потребно туристичката понуда на регионот да се прилагоди на потребите и барањата на туристите кои доаѓаат од тие земји. Овој регион на домашните и странските туристи може да им понуди разновидни природни туристички вредности (планини, клисури, пештери, реки, езера, термоминерални извори, водопади, разновиден растителен и животински свет), но и богато културно - историско наследство (споменици на културата, археолошки локалитети, знаменити места, етнографски туристички вредности, манифестации).

Табела 5 Оддалеченост на Ниш (центар на регионот) од важните емитивни центри во Србија

Град	Патна оддалеченост (во км)
Белград	238,47
Нови Сад	328,21
Крагуевац	152,89
Зрењанин	317,12
Суботица	423,99
Сомбор	415,49
Кралево	152,31
Чачак	207,11

Извор: Удаљеност меѓу градовима и планер путовања, достапно на <http://www.udaljenosti.com/>

Табела 6 Оддалеченост на Ниш (центар на регионот) од важните емитивни центри во земјите од опкружувањето

Град	Патна оддалеченост (во км)
Софија	157,81
Скопје	214,79
Солун	425,56
Подгорица	420,54
Сараево	446,24
Загреб	627,08
Љубљана	765,12
Виена	848,20
Букурешт	475,21

Извор: Удаљеност меѓу градовима и планер путовања, достапно на <http://www.udaljenosti.com/>

Во табелите 5 и 6 наведена е оддалеченоста на Ниш (центар на регионот Јужна и Источна Србија) од поважните емитивни центри во Србија (табела 5) и во земјите од опкружувањето (табела 6). Во прашање е патната оддалеченост изразена во километри.

Табела 7 Доаѓања и ноќевања на странски туристи во 2016 година според земјите од кои доаѓаат

Земја	Р. Србија	Земја	Р. Србија
	Доаѓања		Ноќевања
Босна и Херцеговина	100.579	Босна и Херцеговина	222.888
Бугарија	88.089	Црна Гора	195.970
Турција	83.676	Бугарија	146.196
Црна Гора	77.396	Хрватска	141.783
Хрватска	75.732	Турција	141.608
Словенија	74.096	Словенија	131.827
Германија	63.935	Руска Федерација	131.323
Грција	61.749	Германија	128.897
Македонија	55.263	Грција	122.062
Романија	53.053	Романија	114.921
Италија	47.430	Италија	109.965
Руска Федерација	43.916	Македонија	107.371
Полска	34.631	САД	69.002
Унгарија	30.978	Обединето Кралство	65.216
Австрија	29.726	Унгарија	63.271
Обединето Кралство	28.092	Австрија	59.100

САД	27.170	Полска	58.670
Франција	26.364	Франција	57.158
Швајцарија и Лихтенштајн	23.067	Швајцарија и Лихтенштајн	52.951
Шведска	18.798	Шведска	46.373
Кина	18.409	Кина	42.986
Холандија	17.716	Израел	42.385
Израел	15.129	Холандија	36.608
Чешка Република	12.190	Австралија	28.569
Австралија	11.902	Шпанија	25.584
Словачка	10.812	Чешка Република	25.374
Шпанија	10.212	Словачка	21.989

Извор: Саопштење УТ10, Број 18 - год. LXVII, Статистика угоститељства и туризма, РЗС

Во табелата 7 наведени се податоци од Заводот за статистика на Република Србија за доаѓањата и ноќевањата на странските туристи во 2016 година според земјите од кои доаѓаат. Податоците за доаѓањата и ноќевањата се однесуваат на територијата на Република Србија. Овие податоци покажуваат дека најголем број доаѓања во 2016 година оствариле туристи од Босна и Херцеговина (100.579 доаѓања), потоа туристи од Бугарија (88.089 доаѓања), Турција (83.676 доаѓања), Црна Гора (77.396 доаѓања), Хрватска (75.732 доаѓања), Словенија (74.096 доаѓања), итн. Кога се во прашање ноќевањата на туристите, најголем број ноќевања оствариле (како и кај доаѓањата) туристи од Босна и Херцеговина (222.888 ноќевања). На второ место по бројот на ноќевања се туристи од Црна Гора (195.970 ноќевања). На следно место по број на остварени ноќевања се туристи од Бугарија (146.196 ноќевања), потоа туристи од Хрватска (141.783 ноќевања), Турција (141.608 ноќевања), итн.

1.3.4. Положба кон конкурентните просторни целини

Регионот Јужна и Источна Србија има компаративни предности за развој на туризмот, но ниско ниво на конкурентност. Неопходно е, значи, тие компаративни предности да се претворат во конкурентски предности. Авторот Попеску (2016) објаснува дека „основна разлика меѓу компаративната и конкурентската предност на туристичката дестинација е во тоа што компаративната предност се однесува на расположливите ресурси во дестинацијата, додека конкурентската предност се изразува во способноста на дестинацијата во текот на подолг период ефикасно и ефективно да ги користи своите ресурси, односно да привлекува туристи така да го зголемува просперитетот и општата благосостојба на дестинацијата“ (стр. 73). Постојат повеќе модели на конкурентност на туристичките дестинации на основа на кои може да се одреди нивото на конкурентност на конкретната туристичка дестинација, како што се Crouch - Ritchijev модел, Dwyer - Kimov модел и други. „Во однос на поранешните југословенски републики Хрватска и Словенија, регионот на Јужна и Источна Србија има

неповолна туристичка положба, додека во споредба со Бугарија, Романија и Грција зазема поповолна положба, што е важен фактор за планирање на идниот развој на туризмот“ (Гашиќ, 2016, стр. 68). Со оглед на тоа дека регионот на Јужна и Источна Србија го карактеризира ниска конкурентност, а значајна атрактивност од природни и антропогени вредности, потребна е значајна поддршка од државата, но и инвестиции од приватниот сектор како би се зголемило нивото на конкурентност во регионот. Потребен е, покрај тоа, избор на приоритетни туристички производи и нивна поинтензивна промоција.

1.4. Функционални карактеристики на туристичко - географската положба на регионот Јужна и Источна Србија

„Под функционалност ги подразбираме просторните релации со кои во географската средина се влијае на содржината и облиците на туристичките активности. Функционалноста на туристичко - географската положба се имплицира на карактерот на односот меѓу туризмот и географската средина“ (Мариноски и др., 2015, стр. 51). Кога се во прашање функционалните карактеристики на туристичко - географската положба на регионот на Јужна и Источна Србија, може да се рече дека овој регион го карактеризира контактност, транзитност и поливалентност.

1.4.1. Контактност

Контактноста како функционална карактеристика на туристичко - географската положба придонесува за поинтензивен развој на туристичката активност. Регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓа во југоисточниот дел на Србија. Се граничи со останатите региони во Србија, на северозапад со регионот на Војводина и Белградскиот регион, на запад со регионот на Шумадија и Западна Србија, на југозапад со регионот на Косово и Метохија. Кога се во прашање земјите во опкружувањето, регионот на југ се граничи со Македонија, на исток со Бугарија, на североисток со Романија. Добрососедските односи со земјите во опкружувањето и фактите дека на подрачјето на регионот, покрај побројното српско население живеат Бугари, Роми, Власи, можат да бидат фактор за поголема туристичка мобилност на населението. Ова е најнеразвиен регион во Србија. Со оглед на тоа дека е во контакт со преостанатите региони во Србија кои се поразвиени од овој регион, може да се смета на поголем број туристи на кои регионот на Јужна и Источна Србија може да им понуди атрактивни природни и антропогени туристички вредности.

1.4.2. Транзитност

Со оглед на тоа дека низ регионот на Јужна и Источна Србија поминуваат многу важни сообраќајни правци, постои значајна можност за промет на патници и туристи низ овој регион. Важни сообраќајници кои ја поврзуваат Западна и Средна Европа со Источна и Јужна Европа поминуваат токму преку територијата на овој регион. Тој факт овозможува патниците и туристите во транзит да го прекинат своето патување во одреден временски интервал заради одмор, потреба за храна и пијалак, купување, но и заради посета на атрактивни локалитети во опкружувањето. Голем број споменици на културата, археолошки локалитети, знаменити места, геоморфолошки и хидрографски туристички вредности во близина на важните сообраќајници придонесе за остварување и зголемување на туристичката потрошувачка на овој простор. Тоа би требало да се искористи и за промоција на туристичките вредности. Транзитните правци претставуваат многу значаен простор за поинтензивна реализација на промотивни активности (билборди, паноа, промотивни материјали со туристичка содржина). Тие би требало да ги информираат, потсетуваат и убедуваат патниците и туристите во транзит да ги посетат атрактивните содржини со кои одреден простор располага. Факт е дека преку територијата на регионот на Јужна и Источна Србија поминуваат важни сообраќајници и дека регионот располага со богати и атрактивни туристички вредности, што придонесува за остварување на потрошувачка на патниците и туристите во транзит. За да се зголеми таа потрошувачка, потребно е да се подобри квалитетот на патната мрежа и да се унапредат туристичката инфраструктура и супраструктура како патниците и туристите во транзит што подолго би се задржале на одредениот простор и како патничката клиентела би се трансформирала во туристичка.

1.4.3. Поливалентност

Поливалентноста како функционална карактеристика на туристичко - географската положба укажува на користење различни можности за туристичка активност во некоја просторна целина. Поливалентноста на регионот на Јужна и Источна Србија се согледува во поврзаноста на различни геоморфолошки, климатски, хидрографски вредности, како и вредноста на растителниот и животинскиот свет. Регионот располага со богат и разновиден туристички потенцијал. Бројните природни и антропогени туристички вредности овозможуваат создавање разновидна туристичка понуда. Тие вредности, меѓутоа, не се доволно искористени. Затоа е потребно туристичките вредности на прав начин да се искористат и да се создаде соодветна туристичка понуда која ќе ја нагласи поливалентноста,

како функционална карактеристика на туристичко - географската положба на регионот и ќе ги задоволи различните потреби и барања на современиот турист.

2. Оцена на потенцијалот за развој на туризмот

Атрактивните геоморфолошки вредности, поволните климатски услови, значајниот хидролошки потенцијал, разновидната флора и фауна, добрата сообраќајна поврзаност, даваат можности за развој на селективните видови туризам на просторот на регионот на Јужна и Источна Србија. Овој регион би можел, на основа на ресурсните основи со кои располага, да се издвои како регион на селективни видови туризам, како што се:

Културен туризам - вид туризам за кој во светот постои големо интересирање. Богатото културно - историско наследство на Јужна и Источна Србија (бројни цркви, манастири, знаменити места, археолошки наоѓалишта од кои едно е на списокот светски наследства на УНЕСКО), претставуваат исклучителен потенцијал за развој на културниот туризам на овој простор. Тој потенцијал, меѓутоа, не е искористен. На туристите им се с'е повеќе интересни патиштата на културата кои се однесуваат на различните елементи на културата и поврзуваат повеќе културни атракции на некое подрачје. Тие претставуваат единствени културно - туристички производи. На овој простор, според Европската програма за патиштата на културата, развиени се Патот на културата на римските императори и Тврдините на Дунав. Културниот туризам почнува да се развива на подрачјето на Јужна и Источна Србија и, со оглед на потенцијалот кој овој регион го поседува, би требало да стане еден од најразвиените видови туризам.

Верски туризам - денес верскиот туризам е еден од водечките видови туризам во светот. Во Србија, па и во регионот на Јужна и Источна Србија овој вид туризам не е доволно развиен. Скапоцен дел од културно - историското наследство на регионот Јужна и Источна Србија чинат голем број манастири и цркви, во рамките на Врањската Епархија, Нишката Епархија и Тимочката Епархија, кои ја отсликуваат историјата, културата и традицијата на народот на тие простори. Големите број верски објекти и атракции претставуваат значаен потенцијал за развој на верскиот туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. Овој вид туризам нема сезонски карактер и подразбира најчесто групни патувања во организација на Цркви или специјализирани туристички агенции.

Манифестацискиот туризам е многу интересен вид туризам за чиј развој во регионот Јужна и Источна Србија постои значаен потенцијал, со оглед на големиот број фестивали, собори, различни свечености и други манифестации кои ја отсликуваат културата

на народот во одреден округ или целиот регион. Во регионот Јужна и Источна Србија, најголем број манифестации се одржуваат во Борскиот, Заечарскиот, Подунавскиот, Браничевскиот, Нишкиот и Јабланичкиот округ. Тоа покажува дека овие окрузи во рамките на регионот имаат најголем потенцијал за развој на манифестацискиот туризам.

Гастрономски туризам - гастрономската понуда претставува основа на развојот на гастрономскиот туризам. Регионот Јужна и Источна Србија располага со богата гастрономска понуда благодарение на специфичностите на опкружувањето и влијанието кое го оставиле различните народи кои поминувале низ ова подрачје. Гастрономскиот туризам подразбира посета на дестинации со цел запознавање на локалната и регионалната гастрономија, низ конзумирање храна и пијалаци и стекнување знаења за подготвување јадења карактеристични за одредено подрачје. Во регионот Јужна и Источна Србија се одржуваат и бројни манифестации кои се поврзани со автохтона гастрономска понуда на конкретното подрачје во регионот (роштилијада, сланинијада, денови на тиквата, колбасијада, пиперкијада, кромпиријада и слично). Тие манифестации привлекуваат внимание на голем број туристи. Зголемувањето на бројот на туристи, покрај другото, би можело да се оствари со организирање гастро тури кои ќе бидат поврзани со различни манифестации. Развојот на гастрономскиот туризам во голема мера може да ја збогати туристичката понуда на регионот на Јужна и Источна Србија.

Вински туризам - вид туризам чиј развој на подрачјето на Јужна и Источна Србија во голема мера може да ја збогати туристичката понуда на регионот. Винскиот туризам кој често се нарекува и **енолошки туризам** (енологија - наука за виното) подразбира посета на лозја, винарии и манифестации кои се организираат во чест на виното. Основен мотив е дегустација на вина, но често на таквите патувања се обиколуваат и други атракции по кои е конкретното подрачје познато. Кога се во прашање потенцијалите за развој на овој вид туризам, во регионот посебно се издвојува Неготинска Краина, подрумот Малча (патување низ времето) кај Ниш и Топличките лозја. С'е поголемо внимание на туристите последните години привлекуваат патиштата на виното. Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат три од девет патишта на виното во Србија. Тоа се патот на виното Неготин, патот на виното Књажевац и патот на виното Смедерево.

Агротуризам – регионот на Јужна и Источна Србија располага со добра ресурсна основа за развој на овој вид туризам и поврзување на туризмот и земјоделството, со оглед на тоа дека населението се занимава претежно со земјоделско производство. За овој вид туризам е карактеристично дека туристот може активно да учествува во извршување на земјоделски активности. Престојот на земјоделските домаќинства во регионот на Јужна и

Источна Србија туристите можат да го пополнат со активно учество во сточарските и земјоделските активности, подготовка на зимница од домашни производи и слично. Притоа, имаат можност за обиколка на околните туристички атракции. Покрај традиционалната понуда на производи и услуги во агротуризмот, потребно е понудата да се збогати со нови производи и услуги во овој вид туризам (производи и услуги кои се однесуваат на агротерапија, агрозабава и слично).

Излетнички туризам и активности во природа - вид туризам кој има за цел исполнување на потребата и барањето за рекреација, опуштање и извршување активности во природа (пешачење, јавање, велосипедизам, активности на вода, активности во воздух и слично). Во регионот Јужна и Источна Србија постојат голем број места кои можат да се користат како излетишта, односно места за организирање одмор и рекреација на посетителите. Потребно е, меѓутоа, да се интензивира и промовира развојот на овој вид туризам, со што би се подобрил квалитетот на туристичката понуда на регионот на Јужна и Источна Србија. Излетничкиот туризам подразбира краткотрајни движења и обиколка на локалитети кои се наоѓаат во близина на местото на живеење.

Екотуризам - како понов вид туризам го нагласува зачувувањето на природната средина низ туристички активности. Регионот на Јужна и Источна Србија располага со значајни можности за развој на овој вид туризам, со оглед на богатите природни и антропогени туристички вредности. Голем број села во овој регион располага со можности за развој на овој вид туризам, но мал број од нив ги искористил своите потенцијали за развој на екотуризмот. Потребно е да се интензивира развојот на овој вид туризам, кој покрај извршувањето на туристички активности за зачувување на природата, ќе подразбира и бројни еко тури.

Спортски туризам - вид туризам кој се заснова на спортски активности. Се работи, значи, за патувања на туристи чиј мотив е активно или пасивно учество во спортски активности. Кога е во прашање регионот Јужна и Источна Србија, покрај останатото, треба да се истакнат потенцијалите на Сокобања за развој на спортскиот туризам. Сокобања со својата околина дава исклучителни можности за тренинзи на спортистите, изведување различни спортови и развој на спортскиот туризам. Покрај исклучителните природни услови кои овозможуваат пливање, нуркање, рибарење и слично, тука се и спортските објекти и спортските центри на отворено и затворено. Од спортските објекти и центри на отворено треба да се истакнат патеките на здравје, трим патеките, терените за мали спортови, тениските терени, терени за фудбал. Треба да се спомене и аквапаркот со соодветна спортска

опрема. Кога се во прашање затворените спортски објекти, треба да се истакнат затворените базени, теретани, куглани, стрелани и слично.

Филмски туризам – ова е понов вид туризам кој подразбира посета и обиколка на места на снимање на филмови и серии. Големо влијание на поедини дестинации може да има снимање на филмови и серии на тие дестинации или филмски проекции кои се прижуваат во тие дестинации. Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат бројни локации на кои се снимени сцени од домашни филмови и ТВ серии. Покрај тоа треба да се спомене Фестивалот на глумечки остварувања - Филмски средби кој секоја година се одржува во Ниш и привлекува голем број посетители и туристи, што придонесува за развој на манифестацискиот, но и филмскиот туризам на ова подрачје.

Авантуристички туризам - вид туризам кој допрва почнува да се развива во Србија. Овој вид туризам се одвива во природно опкружување, подразбираа движење во неистражувани краеве, екстремни спортови и помало или поголемо ниво на ризик. На основа на истражувањата за авантуристичкиот туризам во Србија може да се заклучи дека постои големо интересирање на луѓето за овој облик на туризам. Испитаниците истакнале дека најповолни делови од земјата за овој облик на туризам се Југозападна и Западна Србија - 37,8% испитаници, а потоа Јужна и Источна Србија - 27,8% испитаници (Истраживање о авантуристичком туризму у Србији, достапно на <http://explore-serbia.rs/turizam/istrazivanje-o-avanturistickom-turizmu-u-srbiji/>). Регионот на Јужна и Источна Србија е, значи, втор регион во Србија во кој би можел да се интензивира развојот на авантуристичкиот туризам. Овој регион, имено, поседува потенцијал за параглајдинг, рекреативно планинарење, слободно качување, планински велосипедизам и други авантуристички активности.

Наутички туризам - со оглед на тоа дека Дунав протекува низ Источна Србија, давајќи исклучителни можности за панорамско разгледување и посети на бројни места богати со културно - историско наследство, постои потенцијал за развој на наутичкиот туризам во овој дел на земјата. И покрај тоа, наутичкиот туризам во овој дел на земјата не е доволно развиен. За развој на наутичкиот туризам потребно е да се создадат специфични техничко - технолошки и организациско - кадровски услови. Покрај тоа, развојот на овој вид туризам подразбира користење на објекти со наутичка инфраструктура и супраструктура, кои во овој дел на земјата, како и во целата земја, недоволно се развиени. Недостасуваат соодветни сместувачки капацитети, марини, уредени брегови, но и информирање и промоција на овој вид туризам.

Ловен и риболовен туризам - во регионот Јужна и Источна Србија постојат бројни места кои даваат можности за активен престој и занимавање со лов. Во секој округ на

регионот Јужна и Источна Србија постои голем број ловишта со значајна вкупна и ловна површина, што значи дека постои потенцијал за развој на ловниот туризам. Според податоците на Ловечкиот сојуз на Србија, во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат 70 ловишта со вкупна површина од 2.278.802 хектари и ловна површина од 1.977.128 хектари. Ловниот туризам, и покрај значајниот потенцијал, развиен е во мал број од вкупниот број ловишта, така да е потребно на прав начин да се планира, организира и насочува развојот на овој вид туризам со почитување на принципите на одржлив развој. Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат бројни реки богати со риба кои привлекуваат риболовци, но и туристи.

Транзитен туризам - вид туризам кој се развива на основа на поволната туристичко - географска положба и добрата сообраќајна поврзаност на регионот. Заради многу големото влијание и значење, на овој вид туризам би требало да се посвети посебно внимание при планирањето на развојот на туризмот на овој простор. Задржувањето на патниците и туристите во транзит и нивната потрошувачка може да имаат значајни позитивни ефекти на туристичкото стопанство во регионот. Заради специфичностите на транзитниот туризам, како посебен вид туризам, потребно е внимателно да се осмисли и пласира туристичката понуда која ќе одговори на специфичните барања на транзитниот турист.

Како би се искористиле компаративните предности, би се унапредил квалитетот на постоечката понуда и би се подобрила конкурентската позиција на регионот на Јужна и Источна Србија на домашниот и меѓународниот туристички пазар, потребно е:

- да се издвојат единствените предности на туристичките дестинации во регионот на Јужна и Источна Србија;
- да се создаде позитивен имиџ на туристичките дестинации во регионот на Јужна и Источна Србија;
- да се издиференцира понуда за туристичките дестинации во регионот на Јужна и Источна Србија;
- да се обноват постоечките и да се изградат нови сместувачки капацитети;
- да се подобри патната и комуналната инфраструктура, туристичката инфра, супраструктура и сигнализација;
- да се едуцираат кадри во областа на туризмот;
- да се интензивира маркетингот, а пред с'е, промотивните активности;
- да се воспостави адекватен систем на управување со туристичките дестинации во регионот на Јужна и Источна Србија.

III АКСИОЛОШКИ ПРИСТАП ВО ТРЕТМАНОТ НА РЕСУРСНИТЕ ОСНОВИ ЗА СЕЛЕКТИВНИОТ РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ЈУЖНА И ИСТОЧНА СРБИЈА

Авторот Кушен (2001) наведува дека „термините туристички потенцијали, туристички ресурси и туристички атракции често при планирањето на развојот на туризмот некритички се користат како синоними, а тоа не е правилно, бидејќи сите туристички атракции се туристички ресурси, но секој туристички ресурс не мора да биде туристичка атракција“ (стр. 6). Развојот на туризмот на некое подрачје може да доколку тоа подрачје располага со соодветни туристички ресурси. Постоенето на соодветни ресурсни основи, значи, претставува еден од главните предуслови на развојот на туризмот на одредено подрачје. Подрачјата кои располагаат со единствена ресурсна основа имаат компаративна предност во развојот на туризмот. Не е доволно, меѓутоа, да се располага со туристички ресурси и да се има соодветна компаративна предност по основа на тоа. Потребно е туристичките ресурси на прав начин да се искористат и да се претворат во туристички атракции кои ќе бидат составен дел од туристичката понуда на некое подрачје. Односно, потребно е компаративната предност која подрачјето ја има во развојот на туризмот да се претвори во конкурентска предност.

Регионот на Јужна и Источна Србија располага со многу значајна ресурсна основа и има компаративна предност за развој на туризмот. Ресурсната основа на ова подрачје, меѓутоа, не е адекватно искористена. Регионот поседува одредено ниво конкурентност на туристичкиот пазар, но тоа ниво треба да се зголеми со претворање на компаративните предности за развој на туризмот во конкурентски предности.

Во ова поглавје ќе биде извршена анализа на природните и антропогените туристички вредности, сообраќајната инфраструктура, како и туристичката инфраструктура и супраструктура во регионот на Јужна и Источна Србија. Ќе биде извршена, значи, анализа на ресурсните основи за развој на туризмот во овој регион и согледани можностите за развој на селективните видови туризам на база на таа ресурсна основа.

1. Анализа на вредностите на атрактивниот туристички потенцијал

Одредено подрачје привлекува туристи благодарение на атрактивноста на просторот, односно атрактивноста на природните и антропогените ресурси со кои тоа подрачје располага (Станковиќ, 2003). За туристичките ресурси правилно да се користат и на прав начин да се управува со развојот на туризмот во регионот, потребно е добро да се познава

интерното и екстерното опкружување, односно сите предности, недостатоци, шанси и закани во развојот на туризмот.

За да се препознаат сите предности и сите недостатоци за развој на туризмот во регионот, потребно е да се изврши соодветна анализа на интерните потенцијали. Тоа подразбира инвентаризација и класификација на сите елементи на атрактивниот туристички потенцијал во регионот.

Анализата на интерните потенцијали, услови и фактори за развој подразбира анализа на: (Стојковиќ, 2013, достапно на <http://www.turizamiputovanja.com/situacijska-analiza-turistickih-potencijala-resursa/>):

- Сообраќајно - географската и туристичко - географската положба;
- Проценка на туристичките вредности;
- Социјално - економските услови;
- Административно - институционалните услови;
- Инфраструктурата;
- Туристичките супраструктури;
- Загаденоста и деградацијата на просторот.

Покрај тоа, за да се воочат сите шанси и закани за развој на туризмот во регионот, потребно е да се изврши анализа на сите елементи на екстерното опкружување, во кое се случуваат постојани, бројни и чести промени. Овде, пред с'е, треба да се имаат во предвид промените кои се случуваат во природното, економското, политичко - правното, демографското, социо - културното и технолошкото опкружување. Сите тие промени можат, во помала или поголема мера, да влијаат на развојот на туризмот. Заради тоа е потребно постојано да се следи опкружувањето и промените кои се случуваат во него, како би се реагирало на тие промени, но и како тие би се предвиделе.

Деталната и сеопфатна анализа на интерното и екстерното опкружување создава предуслови за вреднување на туристичките ресурси и рангирање по вредности, како би се утврдиле приоритетите при планирањето на вложувањата и развојот.

Идентификацијата и класификацијата на туристичките ресурси и туристичките атракции се многу важни за реализација на концептот на одржливиот развој на туризмот. Со туристичките ресурси и атракции треба да се управува на прав начин и да се води сметка тие ресурси и атракции да бидат достапни и на идните генерации. За да се постигне тоа, многу се важни улогата и ангажирањето на сите актери вклучени во развојот на туризмот на одреден простор.

Интегралното набљудување и користење на ресурсите на една туристичка дестинација претставува основа за развој на современите видови туризам. Притоа, с'е повеќе доминираат видови туризам кои се базираат на природните ресурси (Бошковиќ, 2015).

Источна Србија ги чува тајните на патувањата низ времето. Од праисториските цивилизации преку Римското царство, средновековните градови и тврдини од периодот на Отоманското царство. Тешко е да се направи разлика меѓу богатството од културно - историските споменици и природните убавини (достапно на <http://www.serbia-visit.com/sr/destinacije/regioni/istocna-srbija/>).

1.1. Анализа на природните туристички вредности

Природните туристички мотиви даваат можност за содржаен, разновиден и богат престој на туристите на одреден простор. Разновидноста на ***природните туристички вредности*** во регионот на Јужна и Источна Србија упатува на можност за развој на раличните видови туризам. Овие природни вредности на туристичкиот потенцијал претставуваат своевидни туристички мотиви кои ги поттикнуваат луѓето на туристички движења. Вниманието на туристите го заслужуваат бројни геоморфолошки туристички вредности (планини, клисури, кањони, пештери), хидрографски туристички вредности (термоминерални води, реки, езера, врела, водопади), разновиден растителен и животински свет, како и поволните климатски услови.

1.1.1. Планини, клисури, кањони, пештери

Од геоморфолошките туристички вредности во регионот на Јужна и Источна Србија, посебно внимание на туристите привлекуваат бројните планини, клисури, кањони и пештери.

Планините претставуваат посебно значајна геоморфолошка туристичка вредност, заради нивното пространство, својствата и пејзажните разновидности. Планините во регионот на Јужна и Источна Србија претставуваат единствено природно богатство и даваат можности за извршување активности како што се скијање, планинарење, рекреација, собирање лековити тревки, екстремни спортови, параглајдинг, возење со ципови и слично. Планините даваат можности за развој на планинскиот туризам, но и селскиот, конгресниот, велосипедскиот, ловниот, излетничкиот, спортско - манифестацискиот туризам, и слично. Повеќето планини во овој регион, меѓутоа, уште не се откриени и се одликуваат со недопрена природа.

Планински туристички центар во регионот Јужна и Источна Србија е Стара Планина, која се вбројува во најатрактивните планински туристички центри во Србија. Оваа планина им нуди на туристите разновидна содржина при престојот и во текот на летната и во текот на зимската сезона. На Стара Планина се наоѓа и највисокиот врв во регионот на Јужна и Источна Србија - Миџор (2.169м). Покрај Стара Планина, во регионот на Јужна и Источна Србија се издвојуваат Сува Планина, Црн врв, Ртањ, Озрен, Бељаница, Радан Планина, Хомолски Планини, Бесна Кобила, Мироч, Тупижница, Сврлишките планини, Кукавица и други. Тие, меѓутоа, не се доволно валоризирани и претворени во туристички центри и покрај значајниот потенцијал кој го поседуваат за разновидни туристички активности.

Слика 1 Стара Планина



Извор: http://www.tt-group.net/fotogalerije/stara_planina_zavojsko/ostale/005.htm

Недопрената природа, богатиот и разновиден растителен и животински свет, чистиот воздух, создаваат услови за привлекување на с'е поголем број туристи. Својствата на поголемиот број планини во регионот на Јужна и Источна Србија не се доволно искористени, пред с'е, поради недоволно развиената сообраќајна инфраструктура. Покрај тоа, присутна е и недоволна развиеност на туристичката инфраструктура и супраструктура.

Клисурите како длабоко всечени речни долини со тесно дно и стрмни страни претставуваат посебна туристичка вредност. Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат туристички многу атрактивни клисури кои ги карактеризира богата флора и фауна, природни пејзажи, како и локалитети од културно - историското наследство. Тие можат да се набљудуваат како самостојни или комплементарни туристички вредности.

Во овој регион посебно се издвојуваат Гердапска Клисура, Сиќевачка Клисура, Јелашничка Клисура, Грделичка Клисура, Сврлишка Клисура и други. Секоја од овие клисури има свои специфичности и се издвојува како посебна туристичка вредност. На

туристите посебно им е привлечна Ѓердапската Клисура, како една од најубавите клисури во земјата.

Слика 2 Ѓердапска Клисура



Извор: <http://www.panoramio.com/m/photo/3469109>

Ѓердапската Клисура е најголема и најдолга речна клисура во Европа. Се одликува со најразновидни облици на релјефот и богатство од растителни (преку 1.100) и животински видови (преку 150 видови птици). Оваа клисура претставува посебна комбинација на природни убавини и културно - историски обележја кои сведочат за историјата на овој простор. Затоа е многу привлечна за домашните и странските туристи, а поедини локалитети во рамките на Ѓердапската клисура се вбројуваат во најатрактивните локалитети во земјата.

Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат повеќе **кањони** кои претставуваат единствени туристички вредности. Овие туристички вредности, меѓутоа, не се доволно промовирани. На овој простор постојат неколку единствени кањони кои заслужуваат внимание на туристите, но тие не се на најдобар начин претставени како дел од туристичката понуда на конкретното подрачје.

Кањонот Темштица го формирала реката Темштица која настанала со спојување на теченијата кои се спуштаат од Стара Планине. Ова е еден од најатрактивните кањони во регионот. Треба да се спомене и Лазаревиот кањон кој се наоѓа во близина на Бор и претставува еден од најнепроодните кањони во Србија. Лазаревиот кањон е најдолг и најдлабок кањон во овој регион. Овој кањон го карактеризира единствена убавина, богатство од флора и фауна и се наоѓа под заштита на државата. Во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓа и кањонот на реката Јерма, кој многумина го сметаат за најубав и најживописен кањон во земјата. Овој кањон е најтесен кањон во Европа. Го карактеризираат исклучителни природни убавини и бројни културно - историски споменици.

Слика 3 Кањонот на реката Јерма



Извор: <http://www.panacom.net/jerma/>

Посебно интересен кањон во регионот е кањонот Росомаче (Росомачки лонци) кој се наоѓа на Стара Планина, на триесетина километри од Пирот. Импозантен, но на многу места непрооден кањон во овој регион е кањонот Владикини Плочи на реката Височица. Единствен кањон во регионот на Јужна и Источна Србија е кањонот на реката Вучјанка, во чие корито постојат бројни вирови, водопади и слапови. Кањонот се наоѓа кај населбата Вучје, во близина на Лесковац.

Пештерите претставуваат значајна туристичка вредност и посебен сегмент на туристичката понуда на одредени подрачја. На туристите пештерите им се интересни за обиколка заради пештерскиот накит, пештерската хидрографија, пештерската фауна, морфолошката структура на пештерите и слично. Најголема концентрација на пештери во Србија е во Источна Србија, каде се наоѓаат најубавите и за туристите најинтересните пештери. Пештерите претставуваат исклучителен потенцијал за развој на спелеолошкиот туризам. Тој потенцијал, меѓутоа, не е доволно искористен.

Слика 4 Рајкова пештера



Извор: <http://www.toom.rs/?mainAction=showPage&pageid=23884>

Туристички уредени пештери во регионот на Јужна и Источна Србија се: Рајкова пештера (кај Мајданпек - најдолга пештера во Србија); Церемошња (кај Кучево, на падините на Хомолските планини); Дубочка пештера (во селото Дубока, кај Кучево, во подножјето на Звишките планини); Равништарка (кај Кучево, во близина на пештерата Церемошња); Злотски пештери (кај селото Злот, во близина на Бор); Лазарева пештера (во близина на Бор); Боговинска пештера (на територија на општина Болевац). На територијата на Јужна и Источна Србија се наоѓаат уште пештери кои се делимично уредени.

Кога се работи за геоморфолошките туристички вредности на регионот на Јужна и Источна Србија мора да се издвои и Ѓаволја Варош - споменик на природата кој се наоѓа во близина на Куршумлија. Во близина на локалитетот Ѓаволја Варош се Пролом бања и Луковска бања, со кои овој локалитет ја прави туристичката понуда на Топличкиот округ.

Слика 5 Ѓаволја Варош



Извор: <http://www.djovoljavaros.com/foto-galerija.php>

На локалитетот Ѓаволја Варош се наоѓаат два природни феномена. Тоа се земјените фигури со различни облици и димензии кои во просторот изгледаат многу атрактивно. Друг феномен се двата извора на јако минерална вода. Овие природни феномени на локалитетот прават Ѓаволја Варош да се набљудува како право светско чудо на природата. Во прашање е единствен природен феномен во Србија, кој е многу посетен од страна на домашните и странските туристи.

1.1.2. Термоминерални води, реки, езера, врела, водопади

Богатството и атрактивноста на хидрографските туристички вредности во регионот на Јужна и Источна Србија се согледува во големиот број термоминерални извори, реки, езера,

врела и водопади. Овие вредности претставуваат своевиден туристички потенцијал и се важен дел на туристичката понуда на овој регион.

Регионот на Јужна и Источна Србија се одликува со голем број разновидни *термоминерални извори*. Некои од термоминералните води се вбројуваат во многу ретки. Бројноста и разновидноста на термоминералните извори условиле настанок на голем број бањски места во овој регион. Бањските места претставуваат центри на здравствениот, но и спортскиот, излетничкиот, екскурзивниот, културно - манифестацискиот, конгресниот, транзитниот, детскиот, младинскиот и туризмот на трето доба. Бањските места во регионот на Јужна и Источна Србија располагаат со можности за формирање на разновидна туристичка понуда. Само мал број бањи во регионот ги искористил тие можности. Тоа се бањи кои креираат туристичка понуда во склад со барањата на современите туристи и создават програми кои ќе привлечат туристи и посетители во текот на цела година.

Во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат Бања Ждрело (во Браничевскиот округ); Паланечки Киселјак (во Подунавскиот округ); Гамзиградска бања, Сокобања, Ргошка бања (во Заечарскиот округ); Брестовачка бања (во Борскиот округ); Нишка бања (во Нишавскиот округ); Звоначка бања, Даг Бањица (во Пиротскиот округ); Пролом бања и Луковска бања (во Топличкиот округ); Сијаринска бања (во Јабланичкиот округ); Врањска бања и Бујановачка бања (во Пчињскиот округ). Овие бањски места се одликуваат со различен број термоминерални извори, со различна температура на водата. Некои од овие бањи се наоѓаат близу до важни патни и железнички сообраќајници, што е посебно важно за туристите во транзит.

Многу од овие бањи имаат свои специфичности заради кои се издвојуваат како единствени не само во регионот на Јужна и Источна Србија, туку и во целата земја. Врањска бања е бања со највисока температура на термоминералните извори во Србија (90-92°C). Разгледувано по окрузи, најголем број термоминерални извори се наоѓа во Топличкиот округ. Во овој округ се наоѓа и бањата со најголем број термоминерални извори во Србија - Луковска бања. Сокобања е една од најпосетените бањи не само во регионот на Јужна и Источна Србија, туку во цела Србија. Сијаринска бања се одликува со висока температура на термоминералните извори (68-76 °C). Во оваа бања се наоѓаат и гејзири кои претставуваат своевидни туристички вредности и привлекуваат посебно внимание на туристите.

Слика 6 Сокобања



Извор: <http://www.serbia-visit.com/fr/le-magazine/the-green-heart-of-serbia-sokobanja/>

Регионот на Јужна и Источна Србија има значајни можности за развој на различни видови туризам во бањските центри и нивната непосредна околина. Покрај бројните предности што ги имаат повеќето бањи во овој регион, во многу бањски места постојат недостатоци и ограничувања за развој на туризмот. Тие ограничувања се согледуваат во недоволно развиената сообраќајна инфраструктура и несоодветната туристичка супраструктура, ниското ниво на квалитет. За тие бањи да ја задржат соодветната позиција на туристичкиот пазар, мора да ги следат потребите и барањата на современите туристи. Современите туристи с'е повеќе искажуваат потреба за пократки, почести и викенд патувања, како и за специјализирани програми. Во склад со тоа треба да се креираат современи програми кои ќе ја збогатат примарната понуда на бањските центри. Во поглед на опременоста и понудите на современи програми се истакнуваат Бања Ждрело, Сокобања, Пролом бања и Луковска бања. Фактите дека термоминералните води се користат во лекувачки и рекреативни цели, како и дека можат да се користат во затворени простори, укажуваат на релативно рамномерната дистрибуција на прометот во бањските места во текот на годината. Кога е во прашање туристичкиот промет, најголем број ноќевања на туристите е во Сокобања, Луковска и Пролом Бања.

Реките претставуваат атрактивни хидролошки туристички вредности. Во регионот на Јужна и Источна Србија, најголем хидролошки потенцијал има Дунав, кој претставува посебна туристичка атракција. По својот тек низ Србија (во должина од 588км), Дунав открива бројни природни и културно - историски атракции. Тоа посебно важи за текот на Дунав низ регионот на Јужна и Источна Србија. На самиот брег на Дунав се наоѓаат два многу важни споменици на културата - Смедеревска и Голубачка тврдина. Сместена на брегот на Дунав, Голубачката тврдина претставува влез во Ѓердапската клисура - најголемата речна клисура во Европа. Тука е и најголемиот национален парк во Србија -

Ѓердап. На брегот на Дунав кај Доњи Милановац се наоѓа археолошкото наоѓалиште Лепенски Вир - едно од најголемите мезолитски и неолитски археолошки наоѓалишта. Во текот на крстарење на овој дел по текот на Дунав може да се види Трајановата табла на која е латинскиот натпис посветен на римскиот цар Трајан и која претставува посебна атракција. Реката Тимок извира кај Сврлиг, а се влева во Дунав на надморска височина од 28м, што е и најниска точка во Србија. Покрај овие реки, со својот потенцијал се истакнуваат Нишава, Моравица, Топлица, Јабланица, Власина и Пчиња. Сите овие реки даваат можности за капење, риболов и разни спортови на вода.

Еезерата во регионот на Јужна и Источна Србија, со својата географска положба, квалитет и физички својства на водата, како и живиот свет во нив, привлекуваат внимание на домашните и странските туристи и даваат можности за извршување на различни туристички активности. Некои езера претставуваат самостојни туристички вредности, додека други имаат комплементарен карактер кога е во прашање туристичката понуда на конкретно подрачје. Поедини езера во овој регион не се доволно валоризирани.

Слика 7 Власинско Езеро



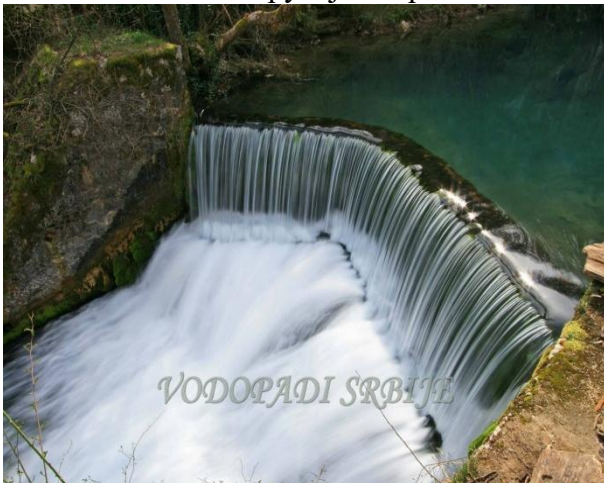
Извор: <http://www.serbia.com/srpski/posetite-srbiju/prirodne-lepote/reke-i-jezera/vlasinsko-jezero-otkrijte-plutajuca-ostrva/>

Ѓердапското Езеро кое припаѓа на овој регион е најголемо езеро во Србија. Се наоѓа на Дунав, на надморска висина од 69,5м, има површина од 253км², а неговата најголема длабочина е 92м. Посебно интересно езеро во регионот кое припаѓа на општина Сурдулица е Власинско Езеро, чија површина е 16км². Ова езеро се наоѓа на 1.210м надморска висина и претставува езеро кое е на највисока надморска висини на овие простори. Неговата максимална длабочина е 22м. Едно од најпосетените езера во регионот е Сребрено Езеро, чија површина е 4км². Езерото се наоѓа во Браничевскиот округ, на 70м надморска висина, а неговата максимална длабочина е 8м. Борско Езеро е мало езеро опкружено со многу убава природа во близина на Бор. Има површина од 0,3км² и максимална длабочина од 52м.

Бованско Езеро се наоѓа во клисурата на реката Моравица, во близина на Сокобања. Површината на ова езеро е 4км², а неговата максимална длабочина е 50м. Покрај овие, во регионот постојат и повеќе помали езера чиј потенцијал не е доволно искористен во туристичка смисла.

Посебен вид хидрографски туристички вредности претставуваат **врелата**. Заради својата единствена убавина се дел од туристичката понуда на подрачјата на кои се наоѓаат. Во регионот на Јужна и Источна Србија со своите специфичности се издвојуваат Крупајско врело во подножјето на планината Бељаница, врелото на Млава во близина на Жагубица и Крупачко врело (Модро око) во селото Крупац кај Бела Паланка. Овие места претставуваат туристички атракции кои се одликуваат со бистра вода и бујна вегетација.

Слика 8 Крупајско врело



Слика 9 Водопад Тупавица



Извор: <http://www.vodopadisrbije.com/index.php/site/vodopad/>

Водопадите претставуваат посебни туристички атракции и места кои ги посетуваат, пред с'е, љубители на природата. Повеќе од третина од сите водопади во Србија се наоѓаат на Стара Планина (во регионот на Јужна и Источна Србија). Тука се наоѓа голем број водопади, меѓу кои је и најголемиот водопад во Србија (висок 232м). Тој водопад е истовремено и водопад на највисока надморска висини. Покрај водопадите на Стара Планина, во регионот на Јужна и Источна Србија се издвојуваат и водопадот кај Неготин, водопадот во подножјето на Кучај, водопадот во националниот парк Гџердап, водопадот на падините на Бељаница, како и водопадот во близина на Кучево. Многу од овие водопади, посебно на Стара Планина, се наоѓаат во непристапни предели и до нив е тешко да се дојде.

1.1.3. Растителен и животински свет

На територијата на Јужна и Источна Србија постојат бројни видови **флора и фауна**, односно разновиден растителен и животински свет. Регионот располага со разновидни

лековити, ароматични и ретки тревки и плодови. Овој простор, исто така, го карактеризира богатство од видови дивеч во шумите, риби во водите, птици и пеперутки. Тоа дава можности за лов, риболов, фотографирање и слично. Богатиот и разновидниот растителен и животински свет на своевиден начин ја зголемуваат вредноста на туристичката понуда на ова подрачје. Таа разновидност може да претставува еден од значајните фактори кои влијаат на развојот на туризмот. Богатството од флора и фауна во голема мера може да ја унапреди содржината на престојот на туристичката дестинација. Затоа посебно внимание мора да се посвети на зачувување и заштита на растителните и животинските видови.

Во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓа голем број меѓународно значајни подрачја за растенија, како што се: Ѓердап, Кладово - Радуевац, Велики крш и Стол, Клисура Лазареви реки, Ртањ, Лалиначка Клисура, Јелашничка Клисура, Сиќевачка Клисура, Шлифовички вис, Озрен, Сува Планина, Стара Планина, Клисура Јерме, Власинска висорамнина, Долината на Пчиња.

Покрај тоа, во регионот се наоѓаат и неколку меѓународно значајни подрачја за птици, како што се: Ѓердап, Стара Планина, Сува Планина, Власина, Сиќевачка Клисура и Пчиња.

Подрачја за дневни пеперутки во регионот на Јужна и Источна Србија се: Ѓердап, Димитровград, Дели Јован, Кукавица, Клисура Јерме, Лазарев кањон, Мали крш, Ртањ, Радан, Стара Планина, Сиќевачка Клисура, Сува Планина, Бесна Кобила.

1.1.4. Климатски услови

Климатските карактеристики можат позитивно да влијаат, но можат и да го ограничат развојот на поедини видови туризам на одредено подрачје. Климата има големо влијание во емитивната, комуникативната и рецептивната сфера на туристичките активности. Во туристичката валоризација треба да се имаат во предвид и климатските фактори и климатските елементи, со оглед на тоа дека климатските карактеристики зависат и од климатските фактори и од климатските елементи. Климатски елементи кои во голема мера ги одредуваат видот на туристичката активност и нивото на туристичкиот промет се: температурата на воздухот, влажноста на воздухот, воздушниот притисок, врнежите, инсолацијата и ветровите.

Еден од најважните климатски елементи е **температурата на воздухот** која во голема мера ја одредува должината на туристичката сезона. Во регионот на Јужна и Источна Србија постои голема разлика меѓу максималните летни температури (преку 40° C) и минималните зимски температури (под -20° C).

„**Влажноста на воздухот** претставува посебна климатска туристичка вредност. Се смета дека најповолни услови за престој на туристите се оние во кои релативната влажност на воздухот е 60%“ (Мариноски, Стаменковиќ & Илиќ, 2015, стр. 81). Авторот Гашиќ (2016) истакнува дека средната годишна релативна влажност на воздухот во регионот на Јужна и Источна Србија се движи од 70% во Неготино и Ниш до 75% во Велико Градиште. Зимските месеци имаат релативна влажност преку 80%, а летните над 56%“ (стр. 81).

Воздушниот притисок е еден од климатските елементи кој има влијание на видот на туристичката активност и туристичкиот промет. Воздушниот притисок има значајна улога во туристичкиот престој, а зависи од надморската височина и временските прилики. Со растот на надморската височина воздушниот притисок опаѓа. Нормалниот воздушен притисок изнесува 1013 милибари.

Врнежите можат да имаат позитивно, но и негативно влијание на престојот на туристите во туристичките дестинации. Дождовите најчесто ги ограничуваат туристичките активности и негативно влијаат на престојот на туристите. Од друга страна, снежните врнежи кои создаваат снежен покривач можат позитивно да влијаат на скијачките активности и престојот на туристите на планините. Покрај тоа што создават услови за одвивање на скијачки активности, снежните врнежи создаваат снежен амбиент и го прават пејзажот поубав во зимскиот дел од годината.

„**Инсолација** претставува климатски елемент кој се однесува на сончевите временски периоди во одредена туристичка дестинација. Таа се изразува во траење на сончевиот сјај. За туристичкиот престој поповолни се оние географски средини во кои е подолго траењето на сончевиот сјај“ (Мариноски, Стаменковиќ & Илиќ, 2015, стр. 80). „Во регионот на Јужна и Источна Србија инсолацијата е најмала во декември кога деновите се најкратки, а облачноста најголема, додека најдолга е во месец јули кога деновите се најдолги, а облачноста најмала. Гледајќи поединечно, по климатолошките станици, најголем број сончеви денови во текот на годината имаат Неготин и Врање, а најмал број сончеви денови Заечар“ (Гашиќ, 2016, стр. 82).

Умерените **ветрови** можат позитивно да влијаат на престојот на туристите на туристичката дестинација, додека јаките, олујни ветрови можат да ја ограничат, дури и да ја парализираат туристичката активност. Каков ќе биде правецот и јачината на ветровите, зависи од конфигурацијата на теренот.

На просторот на регионот на Јужна и Источна Србија постојат три климатски зони. На просторите до 700 метри надморска висина застапена е умерено - континентална клима, на

просторите од 700 до 1.500 метри надморска висина застапена е субпланинска клима, додека на просторите над 1.500 метри надморска висина застапена е планинска клима.

Според податоците на Метеоролошкиот годишник - климатолошки податоци за 2016. година, на територијата на Република Србија постојат 85 метеоролошки станици, од кои во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат следните метеоролошки станици: Алексинац, Бабушница, Блаце, Босилеград, Бујановац, Велико Градиште, Власина, Власотинце, Врање, Димитровград, Житораѓа, Заечар, Књажевац, Куршумлија, Кучево, Лесковац, Неготин, Ниш, Пирот, Петровац, Предејане, Прешево, Свилајнац, Смедеревска Паланка, Трговиште, Црн Врв. Во овие метеоролошки станици се вршат климатолошки набљудувања.

1.1.5. Заштитени природни подрачја во регионот на Јужна и Источна Србија

На подрачјето на Јужна и Источна Србија се наоѓаат голем број заштитени природни подрачја. Овие добра претставуваат посебни туристички атракции кои даваат можности за активен одмор, престој и уживање во природа.

Заводот за заштита на природата на Србија наведува дека: заштитени подрачја се подрачја кои се одликуваат со изразена геолошка, биолошка, екосистемска и/или пределска разновидност, поради што со акт за заштита се прогласуваат за заштитени подрачја од општ интерес. Заштитено подрачје од прва категорија е подрачје од меѓународно, национално, односно исклучително значење, а се наоѓа на целата површина на територијата на две или повеќе единици на локални самоуправи. Заштитено подрачје од втора категорија се однесува на заштитено подрачје од покраинско, регионално, односно големо значење. Заштитени подрачја од трета категорија се од локално значење и ги прогласува локалната самоуправа. Заводот за заштита на природата на Србија, исто така, наведува дека заштитените подрачја можат да бидат дефинирани во седум различни категории, односно видови (достапно на http://www.zzps.rs/novo/index.php?jezik=sr&strana=zastita_priode_o_zasticenim_podrucjima):

- Национален парк;
- Парк на природата;
- Предел со исклучителни одлики;
- Строг и специјален резерват на природата;
- Споменик на природата;
- Заштитено живеалиште.

Според Законот за заштита на природата („Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 91/2010 и 14/2016., достапно на http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_prirode.html): **национален парк** е подрачје со голем број разновидни природни екосистеми од национално значење, со истакнати пределни одлики и културно наследство во кое човекот живее во склад со природата, наменето за зачувување на постоечките природни вредности и ресурси, вкупните пределни, геолошки и биолошки разновидности, како и задоволување на научните, образовните, духовните, естетските, културните, туристичките, здравствено - рекреативните потреби и останатите активности во склад со начелата за заштита на природата и одржливиот развој (член 30). Во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓа најголемиот национален парк во Србија - Националниот парк Ѓердап. Се простира на површина од 63.000 хектари. Во рамките на националниот парк Ѓердап се наоѓаат бројни природни и антропогени атракции, од кои најголема природна атракција е Ѓердапската клисура.

Според Законот за заштита на природата („Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 91/2010 и 14/2016., достапно на http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_prirode.html): **парк на природата** е подрачје на добро сочувани природни вредности со претежно сочувани природни екосистеми и живописни пејзажи, наменето на зачувување на вкупните геолошки, биолошки и пределни разновидности, како и задоволување на научни, образовни, духовни, естетски, културни, туристички, здравствено - рекреативни потреби и останати дејности ускладени со традиционалниот начин на живот и начелата на одржливиот развој (член 34). На просторот на регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат паркот на природата Стара Планина, како и паркот на природата Сикевачка Клисура.

Според Законот за заштита на природата („Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 91/2010 и 14/2016., достапно на http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_prirode.html): **предел со исклучителни одлики** е подрачје со препознатлив изглед, со значајни природни, биолошко - еколошки, естетски и културно - историски вредности, кое со текот на времето се развивало како резултат на интеракција на природата, природните потенцијали на подрачјата и традиционалниот начин на живот на месното население (член 33). Пределите со исклучителни одлики во регионот на Јужна и Источна Србија се Долината на Пчиња (Бујановац); Лептерија - Сокоград (Сокобања); Власина (Сурдулица); Таткова Земунца (Мерошина), Пругово (Пожаревац); Озренски ливади (Сокобања).

Според Законот за заштита на природата („Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 91/2010 и 14/2016., достапно на http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_prirode.html): **строг резерват на природата** е подрачје со неизменети природни одлики со репрезентативни природни екосистеми, наменето исклучиво за зачувување на изворната

природа, генскиот фонд, еколошката рамнотежа, следење на природните појави и процеси, научни истражувања со кои не се нарушуваат природните обележја, вредности, појави и процеси. **Специјален резерват на природата** е подрачје со неизменета или малку изменета природа, од особено значење заради единственоста, реткостите или репрезентативностите, а кое опфаќа живеалиште на загрозени диви видови растенија, животни и печурки, без населби или со ретки населби во кои човекот живее ускладено со природата, наменето на зачувување на постоечките природни одлики, генскиот фонд, еколошката рамнотежа, следење на природните појави и процеси, научни истражувања и образование, контролирани посети и зачувување на традиционалниот начин на живот (член 29). Во регионот на Јужна и Источна Србија постои голем број строги и специјални резервати на природата. Тоа се строгиот природен резерват Ртањ (Бољевац); строгиот природен резерват Јарешник (Босилеград); строгиот природен резерват Зеленичје (Лесковац, Црна Трава); строгиот резерват на природата Кукавица (Владичин Хан); строгиот резерват на природата Фелешана (Мајданпек); строгиот резерват на природата Мустафа (Мајданпек); специјалниот резерват на природата Јелашничка Клисура (Ниш); специјалниот резерват на природата Венерина падина (Бабушница); специјалниот резерват на природата Сува Планина (Бела Паланка, Гацин Хан, Ниш); специјалниот резерват на природата Мала јасенова глава (Бољевац); специјалниот резерват на природата Јерма (Бабушница, Димитровград, Пирот); општиот резерват на природата Буково (Неготин).

Според Законот за заштита на природата („Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 91/2010 и 14/2016., достапно на http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_prirode.html): **споменик на природата** е мала неизменета или делимично изменета природна просторна целина, објект или појава, физички јасно изразена, препознатлив и/или единствен, со репрезентативни геоморфолошки, геолошки, хидрографски, ботанички и/или други обележја, како и со човечка работа формирана ботаничка вредност од научно, естетско, културно или образовно значење (член 31). Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат голем број споменици на природата од геолошки и ботанички тип, кои претставуваат посебни туристички атракции.

1.2. Анализа на антропогените туристички вредности

Кога се во прашање **антропогените туристички вредности** треба да се нагласи дека регионот на Јужна и Источна Србија располага со богато и разновидно културно - историско наследство, етнографски и манифестациски туристички вредности. Антропогените туристички вредности привлекуваат внимание на голем број туристи. На овој

простор постои голем број споменици на културата (цркви, манастири, тврдини, музејски објекти), археолошки наоѓалишта, знаменити места и просторни културно - историски целини.

Според податоците на Републичкиот завод за заштита на спомениците на култура - Белград, на територијата на Република Србија постојат 2.537 неподвижни културни добра. Од вкупниот број неподвижни културни добра наведени во централниот регистар, во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат 601 недвижно културно добро (23,75%). Кога се во прашање поедини категории неподвижни културни добра:

- од 2.192 споменици на културата на територијата на Република Србија, на просторот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат 504 споменици на културата (23%);
- од 191 археолошките наоѓалишта на територијата на Република Србија, на просторот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат 74 археолошки наоѓалишта (38,74%);
- од 77 знаменити места на територијата на Република Србија, на просторот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат 9 знаменити места (11,68%);
- од 77 просторни културно - историски целини на територијата на Република Србија, на просторот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат 14 просторни културно - историски целини (18,18%).

Табела 8 Категории на неподвижни културни добра на територијата на Република Србија и регионот на Јужна и Источна Србија

Неподвижни културни добра	Република Србија	Регион Јужна и Источна Србија
Споменици на културата	2192	504
Археолошки наоѓалишта	191	74
Знаменити места	77	9
Просторни културно-историски целини	77	14
<i>Вкупно</i>	<i>2537</i>	<i>601</i>

Извор: Републички завод за заштиту споменика културе - Београд, достапно на http://www.heritage.gov.rs/cirilica/nepokretna_kulturna_dobra.php

Авторите Субашић, Миланков & Граф (2012) сметаат дека: регионот на Јужна и Источна Србија претставува исклучително важен дел не само за националното, туку и светското културно наследство. Југоисточниот регион на Србија е место на средби во неколку историски епохи, од кои секоја оставила своја трага. Тоа дава можност различни простори на ова подрачје, но и во поширокиот појас, да се поврзат во културно - историски целини, национални и меѓународни рути и да се пласираат како туристички производ (стр. 3).

Според Законот за културни добра на Република Србија („Сл. гласник РС“, бр. 71/94, 52/2011 др. закони и 99/2011 - др. закон) во недвижни културни добра се вбрајуваат споменици на културата, археолошки наоѓалишта, знаменити места и просторни културно - историски целини.

Во продолжение ќе бидат наведени некои од најважните споменици на културата, археолошки наоѓалишта, знаменити места и просторни културно - историски целини во регионот на Јужна и Источна Србија кои на туристите им привлекуваат посебно внимание. Кога е во прашање културно - историското наследство во овој регион, спомениците на културата се најбројни.

Според Законот за културни добра во Република Србија („Сл. гласник РС“, бр. 71/94, 52/2011 др. закони и 99/2011 - др. закон), *споменик на културата* е градежно - архитектонски објект од посебно културно или историско значење, како и неговата градителска целина, објект од народното градителство, друг недвижен објект, дел од објект и целини со својства врзани за одредена средина, дело од монументално и декоративно сликарство, вајарство, применети уметности и техничка култура, како и други подвижни работи во нив од посебно културно и историско значење (член 19).

1.2.1. Манастири

„Заради архитектонските особености, скулптурните украси, фрески, икони, ракописни книги, бројни дела од применетата уметност, *манастирите* во Србија привлекуваат внимание и на туристи и на стручњаци за средновековна уметност“ (достапно на <http://www.serbia.travel/kultura/manastiri.394.html>).

Голем број манастири на територијата на Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија претставуваат дел од богатото културно - историско наследство на земјата и регионот. Тие главно се наоѓаат во убаво природно опкружување. Верниците се упатуваат кон овие светилишта од верски, духовни, здравствени причини. Единствената архитектура, богатата историја и природното опкружување на манастирите привлекуваат внимание на посетителите и туристите кои во последните години с’е повеќе ги посетуваат и ги посматраат како значајни верски и културно - историски споменици.

Како што наведува авторот Жмирић (2014): манастирите се подигнувани во различни временски периоди и во различни стилови, зависно од западното и источното византиско и светогорско влијание. Заради архитектонските карактеристики и исклучително вредното сликарство, како и предметите кои се скриваат зад ѕидините, манастирите претставуваат

црковно и културно богатство, кое треба да се види и кон кое треба да се пристапи со интересирање (стр. 10).

Манастирите Св. Стефан (манастир Липовац) кај Алексинац, Суково кај Пирот, Св. Прохор Пчински кај Бујановац, се само некои од големиот број манастири во регионот на Јужна и Источна Србија кои со своите особености привлекуваат внимание на верниците, туристите и посетителите.

Во близина на Алексинац, во селото Липовац се наоѓа **манастирот Свети Стефан (манастир Липовац)** кој е изграден под влијание на Моравската школа во 14 век, меѓу 1370 и 1375 година. Првите икони во манастирот насликани се околу 1399 година. Овој манастир е заштитен како културно добро од страна на државата, како споменик на културата од исклучително значење.

Слика 10 Манастирот Липовац



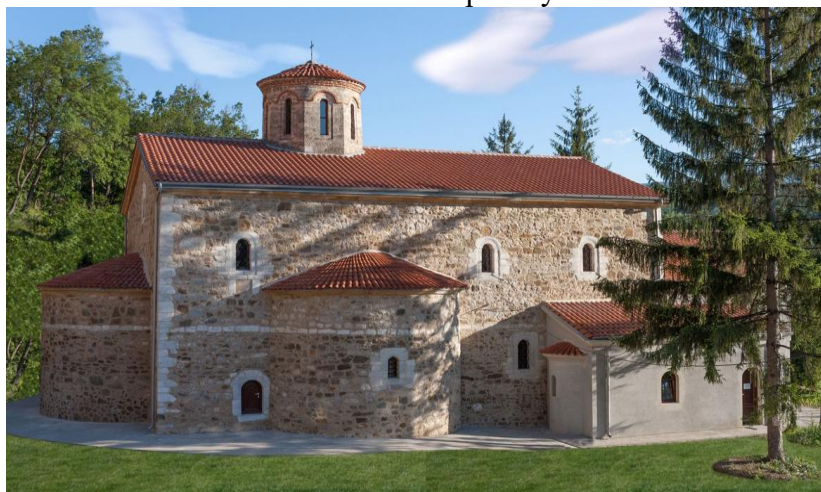
Извор: <http://manastir-lipovac.org/galerija-manastir.html>

„Во непосредна близина на манастирот се наоѓа Установа за одмор и рекреација на деца - Липовац, која е основана 1975 година, на темелите на некогашното училиште од 19 век. Овде повеќе од две децении се организира рекреативна настава, а покрај училишната настава во природа, оваа установа дава услуги на планинари, извидници, ликовни, книжевни и поетски колонии, како и на спортски екипи. Во Липовац досега се организирани бројни научни собири и Духовни академии“ (достапно на <https://www.portalmladi.com/lipovac-i-njegove-cari/>).

Манастирот Суково се наоѓа во близина на Пирот. Манастирот е изграден во периодот од 1857 до 1859 година. Овој манастир е под заштита на државата од 1968 година. Посебно се истакнува вредноста на иконостасот на овој манастир.

„Самата црква живописана е во 1869 година. Зидната декорација претставува хронолошки пресек на историјата на Стариот завет, христијанската и српската црква“ (достапно на <http://manastirsukovo.eparhijaniska.rs/>).

Слика 11 Манастирот Суково



Извор: <http://manastirsukovo.eparhijaniska.rs>

Манастирот Свети Прохор Пчински е споменик на културата од исклучително значење. Се наоѓа триесетина километри од Врање, близу границата меѓу Србија и Македонија. Манастирот во 11 век го подигнал византискиот цар Роман Диоген. Во манастирскиот комплекс постојат два конака. Еден од нив претставува една од најубавите градби од тој тип во Србија. Изграден е меѓу 1854 и 1862 година.

Слика 12 Манастирот Свети Прохор Пчински



Извор: <http://www.tovranje.rs/index.php/extensions/2013-12-27-13-51-45/manastir-prohor-pcinjski>

„Едно од најважните српски светилишта - манастирот Свети Прохор Пчински сместен е во подножјето на планината Козјак, обрасната со дабова шума, полна со дивеч и бројни извори, во крај со извонредни климатски карактеристики. Рушен и пален, напаѓан и пљачкан, сега обновен, посетуван е од туристи и верници од целиот свет кои ги привлекуваат тајните на манастирските одаи, но и недопренатата убавина на амбиентот на околината,

традиционално познат како воздушна бања“ (достапно на <http://www.tovranje.rs/index.php/extensions/2013-12-27-13-51-45/manastir-prohor-pcinjski>).

1.2.2. Тврдини

Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат многу интересни зданија кои претставуваат остатоци од некогашни градови и тврдини. Туристите ги посматраат како многу интересни туристички атракции, од кои секоја има своја приказна во вид на легенда или вистинска историја. Како најубави и најпосетени **тврдини** во регионот на Јужна и Источна Србија се издвојуваат Голубачка тврдина, Смедеревска тврдина и Нишка тврдина. Покрај нив, постојат уште тврдини кои заслужуваат внимание на туристите и посетителите.

Голубачката тврдина е една од најубавите средновековни тврдини во Србија. Тврдината претставува споменик на културата од исклучително значење. Се наоѓа на влезот во Ѓердапска клисура, во рамките на националниот парк Ѓердап. Подигната е на стрмни карпи, на брегот на Дунав. На тој простор, поправо, се наоѓаат остатоци од средновековниот град Голубац.

Слика 13 Голубачка тврдина



Извор: <http://www.tvrdjavagolubackigrad.rs>

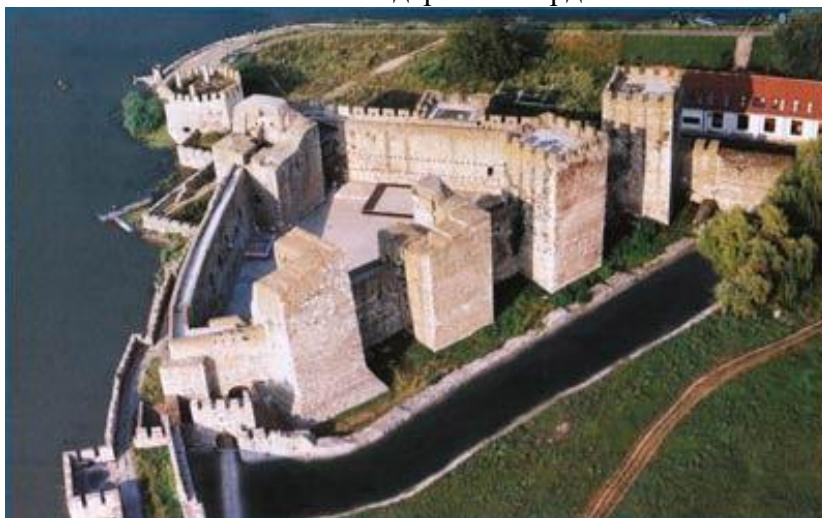
Главна туристичка атракција на овој простор е средновековната тврдина. Покрај тоа, туристите и посетителите можат да го обиколат археолошкиот парк со наоѓалишта од различни епохи и цивилизации, каде најзначајни градби се Римската кука и Турскиот амам. Можат да ја посетат постојаната изложба „Панорама на вековите“ во рамките на која се претставени вредни археолошки наоѓалишта. Можат, исто така, да прошетаат по патеката на јоргованите, да уживаат во панорамскиот поглед на тврдината и Дунав и да го посетат просторот за набљудување на птици кои го надлетуваат Ѓердап.

Смедеревската тврдина претставува една од повеќето тврдини на Дунав. Се наоѓа во Смедерево, на брегот на Дунав, на устието на реката Језава во Дунав. Тврдината ја подигнал Деспотот Ѓураѓ Бранковиќ и таа претставува големо остварување на српската војна архитектура. Градена е во периодот од 1428-1439 година. Тврдината ја сочинуваат таканаречените Велики град и Мали град.

„Прво е подигнат Мали град каде сместена резиденцијата на Деспотот Ѓураѓ, зграда за семејството, придружбата и стражата, како и библиотека и ковачница за пари. Изградбата на Малиот град траела само две години. По завршувањето на изградбата на Малиот град, изграден е и Велики град на Смедеревската тврдина, околу 1439 година. Тврдината е окружена од сите страни со вода и како таква сврстена е во воден тип утврдувања“ (достапно на <http://www.visitsmederevo.com/index.php/post/2/Smederevska-tvr%C4%91ava>).

Смедеревската тврдина претставува една од најголемите тврдини во Европа. На просторот на тврдината се одржуваат бројни манифестации. На туристите посебно им се интересни манифестациите „Тврдина театар“ и „Смедеревска есен“ (една од најстаријите манифестации во Србија).

Слика 14 Смедеревска тврдина



Извор: <http://opusteno.rs/grad-smederevo-f97/smederevska-tvrđjava-t15307.html>

„**Нишката тврдина** е градско утврдување во центарот на Ниш на десниот брег на Нишава, која има континуитет од околу два милениума константног постоење за што сведочат многубројни археолошки наоѓалишта. По својата денешна состојба, спаѓа меѓу најсочуваните тврдини од тој тип во Србија и на Балканскиот Полуостров “ (Тврдини на Србија: Нишка тврдина, достапно на <http://zanimljivasrbija.com/2014/07/28/tvrdave-srbije-niska-tvrdava>).

„Денешното утврдување е од артилериски тип и го подигнале Османлиите во периодот од 1719 до 1723 година на просторот на античко и средновековно утврдување“ (Нишка тврдина, достапно на <http://opusteno.rs/grad-nis-f90/niska-tvrldjava-t15624.html>).

Слика 15. Нишка тврдина



Извор: <http://niskatvrldjava.com/istorija-tvrldjave>

Нишката тврдина претставува културно добро од големо значење. Една е од најубавите и најсочуваните тврдини на турската војна архитектура на овие простори. На просторот на тврдината се одржуваат бројни културни и уметнички настани, од кои најважни се Филмските средби, Nisville, различни концерти. Тврдината е заштитен знак на градот Ниш и локалитет кој туристите и посетителите задолжително го посетуваат кога престојуваат во Ниш.

„Освен добро сочуваните масивни камени зидини и капи, во тврдината може да се видат и бројни остатоци од бурната нишка историја: збирка надгробни споменици; остатоци од римски терми, амам, арсенал, складиште на оружје и муниција, Бали бегова џамија чиј простор денес се користи како уметничка галерија, барутани, војни објекти предвидени за сместување на барутот и муницијата, споменик на кнезот Милан Обреновиќ и ослободителите на Ниш; зграда на затворот; зграда на историскиот архив “ (достапно на <http://www.visitnis.com/tvrldjava.html>).

1.2.3. Музеи

Како што објаснуваат авторите Субашић, Миланков & Граф (2012): музеите се установи кои носат најголем потенцијал во развојот на туризмот со предзнак културни. Тие водат грижа за недвижното наследство, но и настојуваат низ своите поставки што повеќе да го приближат нематеријалното и подвижно наследство на туристите. На просторот на

регионот на Јужна и Источна Србија има 15 музеи (кои функционираат како самостојни установи), додека кладовачкиот музеј функционира како одделение на Народниот музеј во Белград. Одреден број музеи има регионален карактер, а бројот на општини кои со својата надлежност ги покриваат варира од три до седум. Најстариот музеј во регионот основан е во далечната 1895 година во Пожаревац, како втор во Србија, 50 години после отворањето на Народноиот музеј во Белград. Најмладите музеи основани се 1998 година во Мајданпек и Петровац на Млава (стр. 30). Она по што секој музеј се идентификува е неговата постојана поставка. Постојаната поставка на музејот ја чинат оние културни добра што произлегуваат од концепцијата на конкретниот музеј. Покрај постојаните поставки, во музеите постои и соодветен изложбен простор во кој се организираат повремени изложби. Покрај изложбите, во музеите често се реализираат и промоции, различни предавања, едукативни работилници и слично. Низ посетата на овие музеи и по пат на нивните поставки, посетителите и туристите можат да се запознаат со историјата на конкретното место или крајот.

Табела 9 Музеи во регионот на Јужна и Источна Србија, нивното седиште и година на формирање

Музеј	Седиште на музејот	Година на формирање
Народен музеј во Ниш	Ниш	1933
Роднокраен музеј Алексинац	Алексинац	1963
Народен музеј Топлице	Прокупле	1948
Народен музеј Лесковац	Лесковац	1948
Народен музеј Врање	Врање	1960
Музеј Понишавља	Пирот	1947
Народен музеј Заечар	Заечар	1951
Роднокраен музеј Књажевац	Књажевац	1980
Музеј на рударство, енергетика и металургија	Бор	1961
Музеј во Мајданпек	Мајданпек	1998
Археолошки музеј на Гердап	Кладово	1996
Музеј на Краина	Неготин	1934
Народен музеј	Пожаревац	1895
Роднокраен музеј на општина Петровац на Млава	Петровац на Млави	1998
Музеј во Смедерево	Смедерево	1950
Народен музеј во Смедеревска Паланка	Смедеревска Паланка	1966

Извор: Субашић, Б., Миланков, М. & Граф, М. (2012). *Културно богатство региона Јужне и Источне Србије, Завод за проучување културног развитака, Београд, стр. 30.*

1.2.4. Археолошки наоѓалишта

Според Законот за културни добра на Република Србија („Сл. гласник РС“, бр. 71/94, 52/2011 др. закони и 99/2011 - др. закон): **археолошко наоѓалиште** е дел од земјишта или површини под вода кој содржи остатоци од градби и други неподвижни објекти, гробни и

други наоѓалишта, како и подвижни предмети од рано историско доба, а се од посебно културно и историско значење (член 21).

Покрај големиот број споменици на културата од големо и исклучително значење, во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат и бројни археолошка наоѓалишта, меѓу кои посебно се истакнуваат Феликс Ромулијана кај Заечар (археолошки локалитет кој се наоѓа на листата на светско наследство на УНЕСКО); Лепенски Вир кај Доњи Милановац; Виминацијум кај Пожаревац; Јустинијана Прима - Царичин Град кај Лебане (локалитет на кој се наоѓаат остатоци од еден од најголемите и најзначајните византиски градови на Балканот); археолошкото наоѓалиште Медијана во Ниш (локалитет на кој се наоѓаат остатоци од палатата на Константин Велики).

Феликс Ромулијана (Гамзиград) е археолошко наоѓалиште во близина на Заечар. На овој археолошки локалитет се наоѓаат остатоци од античка римска царска палата која му припаѓала на римскиот цар Гај Валериј Максимијан Галериј и која е подигната во 3 и 4 век од нашата ера. Гај Валериј Максимијан Галериј палатата ја нарекол по својата мајка Ромула. На локалитетот, во рамките на остатоците, пронајдени се подни мозаици кои се сметаат за едни од највредните остварувања на доцниот антички период во Европа.

Слика 16 Археолошко наоѓалиште Феликс Ромулијана



Извор: <http://muzejzajecar.org/felix-romuliana/>

„Денас археолошкото наоѓалиште Феликс Ромулијана е домаќин на бројни културни манифестации, концерти, настапи, научни собири... Поради единственото значење и зачуваноста, каде е можно детално да се запознае римската историја на третиот и четвртиот век, Гамзиград последните години прерасна во една од најпопуларните туристички дестинации во Србија. Значењето на Гамзиград достигна интернационално ниво, кога во 2007 година е ставен на УНЕСКО-вата листа на светско наследство“ (достапно на <http://turizamusbij.rs/rimska-palata-gamzigrad>).

Лепенски Вир претставува единствен археолошки локалитет кој е препознатлив по тоа што на него се наоѓаат остатоци од населба која припаѓа на раниот мезолит, доцниот мезолит и раниот неолит. Ова е многу значајно и во светот познато археолошко наоѓалиште. Се наоѓа во Ѓердапската клисура, во близина на Доњи Милановац. Овој посебно значаен и убаво уреден локалитет секојдневно е посетен од страна на голем број домашни и странски туристи.

„Бидејќи локалитетот се наоѓал во зона која требало да биде потопена со водите на акумулациското езеро на хидроелектраната Ѓердап, остатоците се поместени на нова локација во непосредна близина. Покрај поместениот локалитет подигнат е Музеј на Лепенски Вир, кој е во состав на Народниот музеј од 1978 година“ (достапно на <http://www.narodnimuzej.rs/o-muzeju/prostori-narodnog-muzeja/muzej-lepenski-vir/>).

Слика 17. Лепенски вир



Извор: <http://srpskobлаго.rs/lepenski-vir>

Археолошкиот локалитет **Јустинијана Прима - Царичин Град** се наоѓа на падините на планината Радан, на триесет километри од Лесковац. Тоа е еден од најзначајните археолошки локалитети во Србија на кој се наоѓаат остатоци од еден од најголемите рановизантиски градови кои ги подигнал Јустинијан Први. Во прашање е археолошки локалитет од 6 век.

Јустинијана Прима - Царичин Град е специфичен археолошки локалитет кој претставува дел од културното наследство од рано византиската епоха. Ова е многу значајно археолошко наоѓалиште, кое не го посетува голем број туристи. Во близина на локалитетот е Радан Планина на која, од другата страна, се наоѓа исклучително атрактивен и многу посетен локалитет Ѓаволја Варош. Во близина на Царичин Град е и Сијаринска Бања. Но и покрај тоа, локалитетот не е доволно посетен од страна на туристите. Причина за тоа е неадекватната туристичка инфраструктура и супраструктура, како и недоволната промоција.

Слика 18 Археолошко наоѓалиште Царичин Град



Извор: <http://www.serbia.com/srpski/posetite-srbiju/kulturne-atrakcije/arheoloska-nalazista/justiniana-prima-caricin-grad>

„Римјаните го населиле подрачјето Naissusa во 1 век. Положбата на напредниот царски град Naissusa - Naissa на исклучително важниот трговски пат Via Militaris, го условил неговиот забрзан стопански развој, кој посебно бил изразен во 4 век. **Медијана** е античко археолошко наоѓалиште од некогашен царски имот и царски летниковец, во предградието на Ниш, историскиот Naissusa, со површина од 40 хектари, од почетокот на 3 век, на патот Via Militaris“ (достапно на <http://www.panacom.net/arheolosko-nalaziste-medijana-mediana>). „Античката населба Медијана се наоѓа на оддалеченост од 5км од градот Ниш и претставува единствен комплекс настанат во време на Константин Велики (306-337) и неговите синови“ (достапно на <http://narodnimuzejnis.rs/o-muzeju/objekti/medijana>).

Слика 19 Археолошко наоѓалиште Медијана



Извор: <http://www.visitnis.com/medijana.html>

Археолошкото наоѓалиште Медијана е едно од најпознатите археолошки наоѓалишта во Србија и претставува една од главните туристички атракции на територијата на градот Ниш. Дел е од туристичката понуда на Ниш, центар на регионот на Јужна и Источна Србија кој бележи константен раст на вкупниот број на доаѓања и ноќевања на туристи.

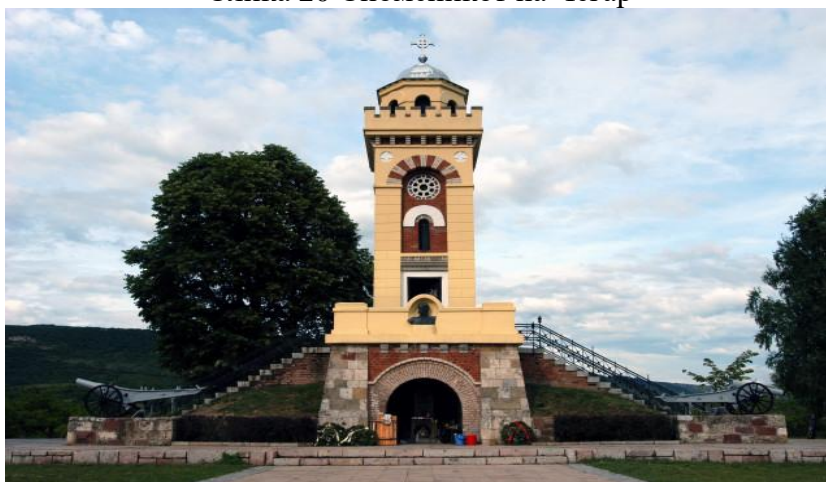
1.2.5. Знаменити места

Според Законот за културни добра на Република Србија („Сл. гласник РС“, бр. 71/94, 52/2011 др. закони и 99/2011 - др. закон): **знаменито место** е простор врзан за настан од посебно значење за историјата, подрачје со изразени елементи од природни и со работа создадени вредности како единствени целини, како и спомен грбови или гробја и други спомен обележја кои се подигнати за трајно зачувување на спомените на значајни настани, личности и места од националната историја (меморијали), од посебно културно и историско значење (член 22).

Знаменити места, значи, претставуваат локалитети на кои се наоѓаат обележја кои сведочат за некој важен настан или некоја важна личност од минатото. Знаменитите места, како и просторните културно - историски целини претставуваат значаен туристички потенцијал кој не е доволно валоризиран. Во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓаат повеќе знаменити места кои на туристите им привлекуваат посебно внимание, меѓу кои треба да се издвојат Чегар, како и Споменик и Спомен паркот Бубањ во Ниш.

На брдото Чегар, кај селото Каменица, во близина на Ниш, подигнат е **споменик на Стеван Синѓелиќ** и јунаците кои настрадале на 31 мај 1809 година. На овој простор се наоѓаат обележја кои се подигнати во знак на сеќавање на Стеван Синѓелиќ и загинатите војници во Првото српско востание (битката на Чегар). Првото обележје подигнато на ова место било во облик на помала пирамида. Денешниот споменик на брдото Чегар е во облик на кула која симболизира војно утврдување и претставува еден од најпосетените туристички локалитети во Ниш.

Слика 20 Споменикот на Чегар



Извор: <http://spomenickulture.mi.sanu.ac.rs/spomenik.php?id=616>

Спомен парк Бубањ во Ниш претставува спомен комплекс на кој се наоѓаат обележја кои се подигнати поради трајно чување на сеќавањето на граѓаните на Ниш и јужна Србија

кои страдале во Втората светска војна. Комплексот е парковно уреден, а во рамките на комплексот посебно внимание привлекува споменикот Три тупаници. Во прашање е споменик во вид на три монументални тупаници (машка, женска и детска тупаница) кои симболизираат маж, жена и дете кои се стрелани на овие простори.

Слика 21 Споменик Три тупаници во рамките на Спомен паркот Бубањ



Извор: <http://spomenicikulture.mi.sanu.ac.rs/spomenik.php?id=603>

Покрај овие, постојат и други знаменити места во регионот на Јужна и Источна Србија со одредени обележја подигнати во знак на сеќавање на некој важен настан или некоја важна личност од минатото. Некои од тие знаменити места веќе претставуваат дел од туристичката понуда на конкретни градови и општини на овој регион. Многу знаменити места, меѓутоа, треба подобро да се промовираат и да се сврстат во туристичката понуда на конкретно место.

1.2.6. Просторни културно - историски целини

Според Законот за културни добра на Република Србија („Сл. гласник РС“, бр. 71/94, 52/2011 др. закони и 99/2011 - др. закон): **просторни културно - историски целини** се урбана или рурална населба или нивни делови, односно простор со повеќе неподвижни културни добра од посебно културно и историско значење (член 20).

Од просторните културно - историски целини во регионот на Јужна и Источна Србија, посебно се истакнуваат Комплексот Рајачки и Роглевски пивници кај Неготин, Комплексот Баба Златина улица во Врање и Комплексот Мокрањчева куќа во Неготин.

„Винарството е со векови дел од руралната економија на Србија, но и начин на живот и истражување на традиционалните вредности. Историјата на винарството претставува скапоцен дел од српското културно наследство. Нејзиниот материјален доказ - Рајачки пивници (пимници) единствен е во Србија и опкружувањето. Пивниците се жив сведок на

начинот на живот и обичаите на традиционалните винарски заедници на Србите во Источна Србија низ векови. Комплексот вински подруми во село Рајац, како и соседните во Роглево и Смедовец во Рајачко виногорје заштитен е како српско културно богатство, а во процедура е и заштита од УНЕСКО во рамките на Светското културно наследство“ (достапно на <http://www.rajackepivnice.rs>).

Слика 22 Рајачки пивници (пимници)



Извор: <http://www.serbia.com/srpski/rajacke-pivnice-mesto-u-kome-stanuju-vina>

Рајачки (во село Рајац) и **Роглевски** (во село Роглево) **пивници** кај Неготин се едни од ретките пивници кои се сочувани и преуредени во функционален простор, а истовремено го задржале специфичниот амбиент. Овие единствени вински подруми привлекуваат посебно внимание на туристите кои можат да дегустираат и купат вино. Рајачките и Роглевските пивници претставуваат дел од туристичката понуда на овој крај и привлекуваат гости од земјата и странство.

Комплексот Баба Златина улица во Врање претставува просторна културно - историска целина и една од категориите неподвижни културни добра во Србија. Овој комплекс претставува дел од туристичката понуда на градот Врање. „Посебна вредност, како една од најстарите и меморијално најзначајни куќи, во склоп на целината, претставува куќата на писателот Бора Станковиќ, која потсетува на неговото книжевно дело во кое многу впечатливо е насликан животот и духот на овој град “ (достапно на <http://spomenicikulture.mi.sanu.ac.rs/spomenik.php?id=963>). Куќата на Бора Станковиќ, еден од најпознатите српски писатели, изградена е во средината на 19 век и ѝ припаѓала на баба Злата (Борината баба). По неа улицата го добила името. Оваа куќа влегува во состав на музејската установа во 1967 године.

Слика 23 Куќата на Бора Станковиќ во Врање



Извор: <http://muzejvranje.rs/index.php/o-nama/organizacione-jedinice/borina-kuca-vranje>

Куќата на Стеван Стојановиќ Мокрањац подигната е во средината на 19 век во Неготин. Реставрацијата на куќата почнала во 1964 година. **Комплексот Мокрањчева куќа во Неготин** денес претставува просторна културно - историска целина која е дел од туристичката понуда на Неготин. Секоја година во Неготин се одржуваат Мокрањчеви денови, манифестација во чест на композиторот Стевана Стојановиќ Мокрањац. Комплексот е посебно посетен во текот на оваа манифестација.

Слика 24 Родната куќа на Стеван Мокрањац



Извор: <http://spomenikulture.mi.sanu.ac.rs/spomenik.php?id=769>

„Комплексот на Мокрањчевата родна куќа секојдневно дише со смиреност и шарм на 19 век, па е право уживање да се посети и да се види постојаната поставка на Мокрањчевата родна куќа - неговиот музеј. Музејската поставка е распоредена во четири меѓусебно поврзани простории кои откриваат делче од животот и работата на големиот српски композитор “ (<http://eastside.rs/index.php/96-kolumna/2910-negotin-grad-istorije-i-kulture>).

1.2.7. Манифестациски туристички вредности

Манифестациските туристички вредности претставуваат многу важен сегмент во туристичката понуда во регионот Јужна и Источна Србија. Во секој округ од регионот на Јужна и Источна Србија се одржуваат голем број етнографски манифестации, уметнички манифестации (музички, филмски, театарски, книжевни, ликовни, мешовити), забавни манифестации, спортски манифестации, верски манифестации, стопански манифестации (саеми, изложби, и слично).

Етнографските манифестации настанале од човековата потреба за потсетување, обележување и прикажување на народните обичаи, верувања, ритуали, старите начини на стопанисување на населението (Бјељац, 2010). Етнографските туристички вредности ги привлекуваат туристите кои сакаат да се запознаат со специфичниот начин на живот, односно културата на народот на просторот на Јужна и Источна Србија. Овој регион располага со значајни етнографски туристички вредности (народни песни и игри, народна носија, храна и пијалак, традиционално земјоделие, традиционално сточарство, традиционално градителство, традиционално занаетчиство).

Слика 25 Хомолски мотиви во Кучево



Извор: <http://www.homoljskimotivikucevo.org/sr-cir/hm-foto-album-cirilica/333-foto-albume-2016>

Некои од најважните етнографски манифестации се фестивали на фолклор, смотри на изворна народна музика, смотри на народно творештво, косидби, жетварски свечености, изложби на стари занаети, изложба на ракотворби. Во овој регион се издвојуваат етнографските манифестации: „Хомолски мотиви“ (смотрa на изворното народно творештво која се одржува во Кучево и има за цел чување и прикажување на традиционалната култура на српскиот народ, но и етничките заедници на ова подрачје); „На Морава воденица стара - изворно народно творештво“ (манифестација која се одржува во Алексинац и го промовира

изворното народно творештво); „Косидба на Маровец “ (манifestација која се одржува во Маровец кај Медвеѓа).

Уметничките манифестации се поврзани со културата и уметноста. Во зависност од содржината на уметничките манифестации тие можат да бидат музички, филмски, театарски, книжевни, ликовни, мешовити, итн.

Најважни *музички манифестации* во регионот на Јужна и Источна Србија се „Гитаријада“ (најстар фестивал на неафирмирани рок групи, кој се одржува во Заечар, со цел музичка афирмација на младите кои се определени за овој вид музика) и „NISVILLE“ (фестивал на џез музика кој се одржува во Ниш и кој стана водечки фестивал од тој тип во југоисточна Европа).

Од *филмските манифестации* во регионот треба да се издвојат „Филмски средби“ (фестивал на српското глумечко остварување кој секоја година се одржува во Ниш и претставува најпосетен фестивал од тој тип во Србија).

Кога се во прашање *театарските манифестации*, треба да се издвои „Меѓународниот студентски фестивал на театарот - УРБАН ФЕСТ“, кој се одржува во Ниш.

Од *книжевните манифестации* се издвојува Фестивалот на млади поети „Денови на поезија“, кои се одржуваат во Заечар.

Посебно интересни *ликовни манифестации* се Меѓународната ликовна колонија „Гамзиград“ (манifestација која се одржува во Гамзиградска бања) и Ликовната колонија „Бели Цркви“ (манifestација која се одржува во Пролом бања). Овие манифестации ги собираат уметниците од различни определувања - сликари, вајари, уметнички фотографи и слично.

Слика 26 Лесковачки карневал



Извор: <https://leskovacsrbija.wordpress.com/2016/07/10/medjunarodni-karneval-leskovac-2016>

Многу важна **забавна туристичка манифестација** во регионот на Јужна и Источна Србија е „Лесковачки карневал“. Во прашање е интернационален карневал кој претставува синтеза на традиционални, етно и современи карневали и кој секоја година собира голем број посетители и туристи.

Спортска манифестација која се издвојува во овој регион е манифестацијата „Ајдук Велкови денови“. Оваа културна, спортска и туристичка манифестација се одржува кај Заечар и има за цел чување на културата и спортската традиција.

Кога се во прашање **стопански манифестации** во регионот на Јужна и Источна Србија се издвојува „Меѓународниот саем на туризмот и активниот одмор “ која се одржува во Ниш. Во подножјето на Стара Планина, а во организација на Туристичката организација на општина Књажевац, се одржува своевидна стопанско - туристичка манифестација „Молитва под Миџор “. Во рамките на оваа манифестација се одржува саем на народни умотворби и стари јадења. Од стопанските манифестации треба да се издвои и „Изложба на сувенири и туристички публикации“ која се одржува во Лесковац.

Слика 27 Лесковачка Роштилијада



Извор: <https://rostiljijada.rs/takmicenja>

Една од најпознатите манифестации не само во регионот на Јужна и Источна Србија, туку и во Србија, па и во југоисточна Европа е Роштилијадата. Во прашање е најголемиот и најпосетен фестивал на скара во југоисточна Европа кој секоја година се одржува во Лесковац и ја афирмира подготовката на јадења на скара.

Една од најстарите манифестации во државата се одржува во Смедерево, град кој припаѓа на регионот на Јужна и Источна Србија. Во прашање е манифестацијата Смедеревска есен, која се одржува во чест на смедеревското виногорје, а датира од крајот на 19 век.

Содржината на манифестацијата мора да биде таква да привлече посетители и туристи кои низ тие содржини ќе ги запознаат карактеристиките и ќе доживеат атмосфера на некое место или округ. Манифестациите во регионот на Јужна и Источна Србија често се од локален карактер. За тие манифестации да привлечат поголем број домашни и странски посетители и туристи, потребно е постојано да се иновира содржината на тие манифестации. Доколку е тоа можно, би требало посетителите и туристите да се вклучат во реализација на програмите на тие манифестации. Тоа е важно затоа што современиот турист не сака само да ги запознае карактеристиките и атмосферата на некое место, туку сака и да ги доживее карактеристиките и атмосферата на тоа место.

Табела 10 Некои од поважните манифестации по округите на регионот на Јужна и Источна Србија

Округ	Манифестации
Подунавски округ	- Јасеничко прело; Караѓорѓеви денови на гурманлук; Смедеревска есен; Денови на азањска погача; Во слава на Вождот.
Браничевски округ	- Стишко посело; Хомолски мотиви; Од изворот на бистра вода; - Спасовденски средби; Смотра на фолклорни ансамбли од селата во Србија „СФАС“; Четерешко прело; Голубачки котлик; Спасовденски сабор на фрулаши; Хомолска фрула.
Борски округ	- Етно фестивал во Кладово; Велигденски денови на фолклор; Краински обичаи; Саем на медот и винто; Јоргован фест.
Заечарски округ	- Ајдук Велкови деново; Билоберски свечености; Ѓурѓевденски средби - Молитва под Миџор; Фестивал на културата на младите од Србија; По патеките на Стара Планина; Фестивал на млади поети - Денови на поезијата; Гитаријада; Ликовна колонија Гамзиград.
Нишавски округ	- Синѓелиќеви денови; На Морава воденица стара; Интернационален Nisville џез фестивал; Филмски средби; - Денови на бурекот; Меѓународен фестивал на студентски театарски сцени - „УРБАН ФЕСТ“; Нишки музички свечености.
Пиротски округ	- Велигденска перашка; Пиротска јагнијада; Нишавски хоровод.
Јабланички округ	- Гејзерски ноќи; Денови на фрулата во Медвеѓа; Пусторечки денови; Косидба на Маровец; Вински бал; Лесковачки карневал; Роштилијада
Топлички округ	- Денови на Куршумлија; Меѓународна фото колонија „Гавоља варош“; Ликовна колонија на Бела Црква; Денови на вишната; Сливијада.
Пчињски округ	- Денови на Врање; Златни раце; Меѓународен фестивал на фолклорот во Бујановац; Видовденски денови; Власинско лето.

Извор: <http://www.manifestacije.com>

Во табела 10 наведени се некои од најважните манифестации во регионот на Јужна и Источна Србија, по поедини окрузи. Некои од овие манифестации се од меѓународен карактер и покрај домашни, привлекуваат и туристи од странство.

1.3. Степен на изграденост на сообраќајната инфраструктура

Авторот Аћимовиќ (2013) објаснува: сообраќајните коридори претставуваат еден од клучните аспекти на инфраструктурата на секое национално стопанство, регион, град и општина. Покрај клучното влијание на развојот на стопанството, на привлекување нови странски инвестиции, на подобри животни услови на граѓаните, постигнатото ниво на развој на сообраќајните коридори често претставува и прашање на интеграција во регионалното и светското стопанство. Ова посебно се однесува на Србија, како земја која се наоѓа „на сред пат“ и никако не може да се посматра изолирано во геополитичка смисла (достапно на <http://www.nspm.rs/ekonomska-politika/saobracajni-koridori-srbije-%E2%80%93-gde-smo-danas-i-kako-dalje.html?alphabet=1>).

Преку територијата на Република Србија поминуваат патишта во должина од 44.995км. Од тоа 4.804км се државни патишта од прв ред, 10.951км државни патишта од втор ред и 29.240км општински патишта (Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 341). Во табела 11 наведена е должината на патиштата (во км) според значењето во поедини региони на Република Србија. Од табелата можеме да воочиме дека во регионот на Јужна и Источна Србија (од вкупно 14.366км патишта) има 1.505км државни патишта од прв ред, 4.337км државни патишта од втор ред и 8.524км општински патишта (Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 341).

Табела 11 Патишта во поедини региони на Србија категоризирани според значењето

Регион	Државни патишта од прв ред (км)	Државни патишта од втор ред (км)	Општински патишта (км)	Вкупно (км)
Белградски регион	181	527	5.106	5.814
Регион на Војводина	1.315	1.950	2.689	5.954
Регион на Шумадија и Западна Србија	1.803	4.137	12.921	18.861
Регион на Јужна и Источна Србија	1.505	4.337	8.524	14.366
Регион на Косово и Метохија	-	-	-	-

Извор: Статистички годишњак Републике Србије 2016, стр. 341.

Како што е наведено во Статистичкиот годишник на Република Србија 2016 (2016) патиштата се делат на: државни патишта од прв ред, државни патишта од втор ред и општински патишта. Државен пат од прв ред е меѓународен и јавен пат кој ги поврзува главните градови или поважните стопански подрачја на Републиката или покраината. Државен пат од втор ред е јавен пат кој ги поврзува подрачјата на Републиката или

покраината, или кој е од посебно значење за Републиката или покраината. Општински пат е јавен пат кој ги поврзува селата и населбите на територија на општина или кој е од значење за сообраќајот на територија на општина (стр. 341).

На територијата на Република Србија, имајќи во предвид видот на коловозот, има 29.745км асфалтни патишта, 7.685км макадам (толченик) и 7.565км земјени патишта. Во табела 12 наведена е должина на патишта (во км) според видот на коловозот во поедини региони на Република Србија. Од табелата можеме да воочиме дека во регионот на Јужна и Источна Србија има 9.400км асфалтни патишта, 2.444км макадам и 2.522км земјени патишта (Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 341).

Табела 12 Патишта во поедини региони на Србија категоризирани според видот на коловозот

Регион	Бетон, асфалт, коцка (км)	Макадам (км)	Земјен пат (км)
Белградски регион	3.125	17	2.672
Регион на Војводине	5.448	54	452
Регион на Шумадија и Западна Србија	11.772	5.170	1.919
Регион на Јужна и Источна Србија	9.400	2.444	2.522
Регион Косово и Метохија	-	-	-

Извор: Статистички годишњак Републике Србије 2016, стр. 341.

Преку територијата на регионот Јужна и Источна Србија поминува еден од најзначајните европски правци - **Коридор X**. Ова е најзначајна патна сообраќајница во регионот. Коридор X кај Ниш се двои на **авто-пат E - 75** кој води кон Скопје, Солун и Атина и **меѓународен пат E - 80** кој од Ниш води кон Софија. Во Србија последните неколку години се интензивирале работи на унапредување на сообраќајната инфраструктура. Еден дел од тие работи се однесува на завршетокот на коридорот X кој поминува преку територијата на регионот на Јужна и Источна Србија. Се работи на изградба и модернизација на двата крака на коридорот X (и кон Македонија и кон Бугарија). Завршетокот на работите на Коридорот X низ регионот на Јужна и Источна Србија треба да придонесе за побрз регионален развој. Покрај тоа, се работи на реконструкција и подобрување на квалитетот на железничките пруги.

Железничките пруги, во склад со законот со кој се уредува железницата, се категоризираат на следниот начин (Уредба о категоризацији железничких пруга, член 2, „Сл. гласник РС“ бр. 115/13):

- Магистрални пруги - од значење за меѓународниот и националниот сообраќај;
- Регионални пруги - од значење за регионалниот и локалниот сообраќај;
- Локални пруги - од значење за локалниот сообраќај;
- Манипулативни пруги - од значење за стопанските субјекти.

На Паневропскиот коридор X кој поминува преку територијата на Република Србија се наоѓаат пруги кои поминуваат преку територијата на регионот на Јужна и Источна Србија. Тоа се пругите **Белград - Ниш; Ниш - Прешево - граница со Македонија** (крак на коридорот X кон македонската граница) и **Ниш - Димитровград - граница со Бугарија** (крак на коридорот X кон бугарска граница). Во табела 13 можеме да видиме дека на овој коридор должината на пругата Белград - Ниш е 241км, должината на пругата Ниш - Прешево - граница со Македонија е 157км, должината на пругата Ниш - Димитровград - граница со Бугарија е 104км. Уште еден важен пружен правец, кој делимично поминува преку територијата на регионот, е пружниот правец Ниш - Долевац - Приштина - Косово Поле во должина од 152км.

Табела 13 Пруги на коридорот X во регионот на Јужна и Источна Србија

Пруга	Должина на пругата (км)
Белград – Ниш	241
Ниш - Прешево - граница со Македонија	157
Ниш - Димитровград - граница со Бугарија	104

Извор: Одлука о Националном програму јавне железничке инфраструктуре за период од 2017 до 2021 година, стр. 13.

Како што е наведено во Одлуката за Националната програма за јавната железничка инфраструктура за период од 2017 до 2021 година „значајно намалување на најголемите допуштени брзини по пругите во изминатиот период настанало како последица на долгогодишното необезбедување средства за редовно одржување на елементите на инфраструктурата, па за железничката инфраструктура може да се рече дека има многу ниско ниво на техничка доверливост и технолошка расположивост“ (стр. 15).

Многу големо значење за регионот на Јужна и Источна Србија има **аеродромот Константин Велики во Ниш**. Овој аеродром има стратешка положба. Се наоѓа во градот кој претставува центар на регионот на Јужна и Источна Србија, во непосредна близина на авто-патот и железничката пруга на Коридорот X, на местоти каде коридорот се дели на меѓународниот пат E - 80 кој води кон Софија и авто-патот E - 75 кој води кон Скопје и понатака кон Солун и Атина.

Во својата историја аеродромот имал периоди на успешно и помалку успешно работење. Со цел зголемување на прометот на патниците, се работи на реконструкција и

проширување на капацитетот, како и ширење на мрежите на дестинации кои овој аеродром го поврзуваат со центарот на регионот на Јужна и Источна Србија. Покрај тоа, би требало да се работи на поврзување на овој вид сообраќај со патниот и железничкиот сообраќај. Сето тоа може многу позитивно да влијае на туристичкиот промет и развој на туризмот во регионот.

Табела 14 Број на патници и број на авиони на Аеродромот Константин Велики- Ниш

Година	2009.	2010.	2011.	2013.	2013.	2014.	2015.	2016.	7/2017.
Број на патници	17159	23627	25130	27426	21700	1335	36258	124917	182460
Број на авиони	349	558	591	781	497	271	526	722	951

Извор: Аеродром Константин Велики Ниш, достапно на <http://nis-airport.com/statistika>

Според истражувањата кои секој месец ги објавува АСИ Europe, аеродромот Константин Велики во Ниш во јуни 2017 година забележал најголем раст по број на патници од сите аеродроми во Европа (достапно на <http://nis-airport.com/aerodrom-nis-na-prvom-mestu-u-evropi-po-rastu-broja-putnika>). Ова е резултат на доаѓањето на нискотарифни авио превозници и воведување нови летови кон европските дестинации. Големо значење за развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија има и близината на меѓународниот аеродром во Скопје, како и меѓународниот аеродром во Софија.

Посебен потенцијал за развој на сообраќајот, трговијата и туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија претставува *Паневропскиот коридор VII*, односно *реката Дунав* која со еден дел поминува низ овој регион. Паневропскиот коридор VII е еден од најважните европски патишта. Овој потенцијал во регионот на Јужна и Источна Србија, меѓутоа, многу малку е искористен. Имајќи ги во вид другите видови сообраќај, водениот сообраќај е најмалку развиен.

Постоечкиот сообраќаен систем само делимично може да ги задоволи потребите на стопанството и населението. Во регионот на Јужна и Источна Србија сообраќајниот систем е некомплетен. Ако се разгледува од аспект на техниката, технологијата, организираноста и менаџментот, тој систем е застарен и надминат. Сето тоа претставува еден од ограничувачките фактори за понатамошен развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија (Гашић, 2016).

Може да се заклучи дека еден од главните проблеми и ограничувачки фактори во развојот на туризмот на подрачјето на Јужна и Источна Србија е неодговарачката сообраќајна инфраструктура. За понатамошен развој на туризмот во регионот и зголемување на бројот на домашни и странски туристи, неопходна е реконструкција, модернизација и

подобрување на квалитетот на сообраќајната инфраструктура. Во поедини окрузи на регионот на Јужна и Источна Србија постојат многу привлечни туристички вредности, кои на туристите им се тешко достапни заради лошите, пред с'е, локални патишта. Одржувањето на инфраструктурните капацитети е неопходно како би се зголемила техничката доверба, безбедноста, би се подобрил квалитетот на превозот и би се зголемила достапноста на просторот кој располага со атрактивни природни и антропогени ресурси.

1.4. Степен на изграденост на туристичката инфраструктура

Според член 7 од Правилникот за категоризација на туристичките места („Сл. гласник РС“, бр. 24/2012, 31/2012 и 102/2015) проценката на степенот на изграденост на туристичката инфраструктура се врши на основа на изграденоста на подрачјата во поглед на следните видови објекти: туристички информативен центар (организирано информирање на туристите, центар за прифаќање на туристи и посетители); отворени и затворени објекти за спортска рекреација (тениски терен, голф, мини голф, фудбалски терен, одбојкарски терен, кошаркарски терен, базен за капење, мали вештачки акумулации со капалишта, детски игралишта, терен за јавање, велосипедска патека, трим патека, патека на здравје, патека за моторни санки, панорамски пат); тематски и забавен парк (еден или повеќе тематски и забавни паркови); објекти за научички туризам; останата инфраструктура и објекти (видиковец, објекти за набљудување на природните реткости, објект за одмор и кратко задржување на туристите, музеј, летна сцена, пешачки патеки, објекти за авантуристички активности - банџи, параглајдинг, итн.).

Според Правилникот за категоризација на туристичките места („Сл. гласник РС“, бр. 24/2012, 31/2012 и 102/2015) проценката на степенот на изграденост на туристичката супраструктура се врши врз основа на изграденоста на подрачјето во поглед на следните видови категоризирани угостителски објекти: хотел; мотел; пансион; туристичка населба; кампинг; куќи; апартмани; соби; селско туристичко домаќинство; ловечка вила; марина и во поглед на следните видови угостителски објекти кои не се категоризираат: хостел; коначиште/преноќиште; ресторан/кафеана; бар, кафе и друго; кетеринг објект; кампираниште/камп стоп; ловечка колиба/ловечка куќа/ловечки дом; научичко туристички центар; туристичко пристаниште; приврзилиште/научичко сидриште (член 9).

Во изминатите децении се граделе, без претходна анализа на вистинските потреби, предимензионираны објекти за сместување, исхрана и пијалак на гостите во сите места каде се очекувале туристи. Денес во повеќе места тие хотели, мотели, ресторани се напуштени и

руинирани. Авторите Гашић, Ивановић & Перић (2015) сметаат дека: појавата на помали сместувачки објекти, замирањето на стопанските активности, како и неадекватната приватизација, ги направиле предимензионираните хотелски капацитети нерационални, така да многу хотели се затворени или работат со ограничени капацитети. Од тие причини има далеку помалку случаи на успешно реновирање на стари хотели и мотели, во однос на новоизградени, кои се со далеку поскупо капацитети (стр. 495). Последните неколку години с'е повеќе се работи на изградба, но и реконструкција и адаптација на одреден број хотелски објекти кои се во сопственост на локалните компании. Само во водечките туристички дестинации во регионот на Јужна и Источна Србија постојат сместувачки капацитети кои во поглед на квалитативната структура ги исполнуваат меѓународните стандарди.

Како би се задоволиле с'е поизразените потреби на современите туристи за контакт со природата и локалната култура, се градат мали семејни сместувачки капацитети кои овозможуваат организација на престојот и одморот по сопствен избор (Стратегија развоја туризма Републике Србије за период 2016-2025, 2016)

Водичот за управување со развојот на туристичката инфраструктура во подрачјата на кои се наоѓаат локалитети од Светското наследство наведува дека главни чекори кон успехот се следните чекори: (UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit, Guide 6: Managing the development of tourism infrastructure, достапно на <http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/guides/guide-6-managing-development-tourism-infrastructure>):

- Да се започне процес на мастер планирања како би се обезбедило инфраструктурата да биде корисна за идниот развој на туризмот;
- Да се развие просторен мастер план на дестинацијата;
- Проактивно планирање на инфраструктурата со која се сака да се постигнат стратешки цели;
- Растот мора да биде во контекст на почитување и заштита на локалитетите од Светското наследство и нивното опкружување;
- Обезбедување и поттикнување на инвестиции за остварување на плановите.

Светскиот совет за туризам (World Tourism Council) истакнува дека инфраструктурата е клучна за пораст и перформанси во туризмот (UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit, достапно на <http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/guides/guide-6-managing-development-tourism-infrastructure>). Регионот на Јужна и Источна Србија поседува богати и

разновидни природни и антропогени туристички вредности, но степенот на изграденост на туристичката инфраструктура и супраструктура не е на задоволително ниво. За дефинирање на категоријата на одредено туристичко место многу е важен степенот на изграденост на комуналната, сообраќајната инфраструктура и туристичката инфраструктура и супраструктура. Затоа развојот на комуналната, сообраќајната инфраструктура и туристичката инфраструктура и супраструктура, со почитување на принципите на одржлив развој, е една од приоритетните активности кога е во прашање развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија.

1.5. Елементи на животната средина како туристичка вредност и нивната заштита

Животната средина и туризмот чинат неделива целина. Современиот туризам бара значајни пространства на изворна или добро заштитена животна средина. Само на такви простори може плански да се развива туризам кој ќе донесува економска и општествена корист и на домицилното население и на туристите.

Важен национален приоритет, како и приоритет на регионот на Јужна и Источна Србија во поглед на одржливиот развој, е заштита на животната средина и рационално користење на природните ресурси. За секторот на туризмот многу е важно одржување и унапредување на квалитетот на животната средина, затоа што чистата и здрава животна средина е еден од главните предуслови за успешен развој на туризмот во регионот. Од друга страна, неодржливиот развој на туризмот може да има негативни ефекти на животната средина (притисок на природните ресурси, создавање отпад, загадување на воздухот, водите и слично).

Негативните влијанија на туризмот настануваат кога нивото на користење од страна на посетителите е поголемо од способностите на опкружувањето да се избори со тие внатре прифатливи граници на промени. Неконтролираниот развој на туризмот претставува потенцијална закана за многу природни подрачја ширум светот. Тоа може да доведе до огромен притисок на подрачјето и до влијанија како што се ерозија на земјиштето, зголемено загадување, природно губење на населението, зголемен притисок на загрозени видови и зголемена осетливост на шумски пожари (Environmental Impacts of Tourism, достапно на <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/envi/one.html>).

Авторите Мрњавац, Берц Радишиќ & Павиа (2008) истакнуваат дека „заштитените природни и културни вредности, како што се националните паркови, паркови на природата и

археолошки локалитети, претставуваат атрактивни мотиви за туристите. Покрај нивната промоција, важно е да се развие свест за неопходност на нивната заштита и зачувување на вредностите“ (стр. 21).

Просторното планирање на туризмот треба да биде составен дел на плановите за вкупниот развој на одредено подрачје. Многу е важно целите, задачите и конкретните активности да бидат во склад со правците за развој на одредено подрачје, но и земјата како целина. Кога е во прашање просторното планирање на туризмот, посебно треба да се има во предвид присуството и разместувањето на природните и антропогените туристички вредности.

При просторното планирање многу е важно (Станковиќ, 2003, стр. 27):

- Утврдување и дефинирање на одредени цели;
- Одредување алтернативни начини за постигнување на целите;
- Осмислување на прифатливи алтернативи;
- Инвентаризација на природните и антропогените вредности;
- Класификација на природните и антропогените вредности;
- Рангирање на природните и антропогените вредности;
- Одредување регии погодни за развој на туризмот;
- Одредување приоритетни туристички регии;
- Зонирање на издвоени, посебно, приоритетни регии;
- Идентификување на можни туристички атрактивни комплекси;
- Увид во објективната инфраструктурата;
- Развој на помошните и пратечките активности во планираниот простор;
- Чување, заштита и унапредување на туристичките вредности;
- Унапредување на елементите на туристичката понуда;
- Образување и усовршување на туристичките кадри;
- Анализа на постоечкиот туристички пазар;
- Предвидување на развојот на идната туристичка побарувачка;
- Утврдување на домашните и странските инвеститори;
- Анализа на сообраќајниците и сообраќајот.

Непланското користење на просторот доведува до значајно и неповратно губење на просторот со вредни туристички ресурси. Од друга страна, планското користење и адекватната валоризација на просторот доведуваат до поголема економска и општествена корист.

2. Согледување на развојните приоритети базирани на вредностите

Како што е веќе наведено, регионот на Јужна и Источна Србија го карактеризира умерено - континентална клима во пониските делови на регионот и планинска клима во повисоките делови на регионот, богат е со хидрографски вредности, разновиден растителен и животински свет, богато културно - историско наследство и разновидни геоморфолошки туристички вредности. Со еден збор, значајните природни и антропогени туристички вредности овозможуваат развој на различни видови туризам во овој регион.

Планините, живописната природа и поволната клима претставуваат добра основа за развој на *планинскиот туризам, излетничкиот туризам и активности во природата*. Богатството и разновидноста на термоминералните извори овозможуваат развој на *бањскиот туризам* на ова подрачје. Посебен куриозитет чинат гејзири како посебни туристички вредности во Сијаринска и Луковска бања. Бројните езера со преубаво опкружување даваат можности за *активности на вода, кампирање* и слично. Селата во регионот на Јужна и Источна Србија претставуваат потенцијал за развој на *еко туризмот*. Автохтоната гастрономска понуда на многу места во регионот претставува добра основа за развој на *гастрономскиот туризам*. Голем број споменици на културата, археолошки наоѓалишта, знаменити места и просторни културно - историски целини претставуваат значаен потенцијал за развој на *културниот и верскиот туризам* во регионот на Јужна и Источна Србија. Хотелите во поголемите градови и поедини бањски центри располагаат со услови за организација на конференции, семинари, конгреси и други деловни средби, што претставува основа за развој на *конгресниот туризам*. Бројни манифестации од различен карактер претставуваат потенцијал за развој на *манифестацискиот туризам* во регионот. Спортските терени, базени, спортските сали и други спортско - рекреативни објекти, како и бројни места во природата претставуваат потенцијал за развој на *спортско - рекреативниот туризам*. Рутите за планинарење и ридскиот велосипедизам, покрај останатото, претставуваат основа за развој на *авантуристичкиот туризам*. Бројните ловни површини во регионот на кои живеат различни видови дивеч претставуваат потенцијал за развој на *ловниот туризам*. Реките претставуваат своевиден потенцијал за развој на *риболовниот туризам, како и за капалишни и активности на вода*.

Познавачите на приликите, кога е во прашање развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија (претставници на туристичките организации и стручњаци од областа на туризмот во јавниот и приватниот сектор), истакнуваат дека за унапредување на квалитетот на понудата и развојот на туризмот во регионот треба да се преземат следните мерки и активности:

- Развој на селективните видови туризам, со оглед на богатиот и разновиден туристички потенцијал;
- Развој на сообраќајната и комуналната инфраструктура;
- Развој на туристичката инфраструктура и супраструктура;
- Изградба на нови и обновување на постоечките сместувачки капацитети;
- Унапредување на туристичката сигнализација;
- Развој на позитивниот имиџ заради подобро позиционирање на пазарот;
- Усогласување на термините за одржување манифестации во различни општини во округот;
- Спроведување програма за заштита и развој на природните и антропогените туристички вредности;
- Јакнење на свеста на општествената заедница во зачувувањето на туристичките вредности и значењето на развојот на туризмот во регионот;
- Едукација на кадри од областа на туризмот;
- Изработка на квалитетен промотивен материјал и интензивирање на промотивните активности.

Како што истакнува авторот Благојевиќ (2009) „концепцијата и целите на развојот на туризмот определени се со основните цели на општествениот и економскиот развој, на основа на кои е дефинирана економската и туристичката политика на земјата“ (стр. 197). Во Стратегијата за развој на туризмот на Република Србија за периодот 2016-2025 (2016) се наведува дека е неопходно да се изврши дефинирање на приоритетните производи кои реално можат да се комерцијализираат во наредните пет години. Потоа е потребно да се идентификуваат дестинации кои тие производи ги имаат или можат да ги развијат во наведениот период. По дефинирањето на приоритетните производи и идентификувањето на дестинациите, можат да се одредат подрачја за интервенција во поглед на поддршка на развојот на туризмот.

IV КАРАКТЕРИСТИКИ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПАЗАР

Благодарение на тоа што влијае на отворање на нови работни места, претпријатија, раст на приходите и развој на инфраструктурата, туризмот станува клучен двигател на општествено - економскиот развој на многу дестинации ширум светот (UNWTO Tourism Highlights, 2016).

Авторите Стефановиќ & Глигоријевиќ (2010) го дефинираат **туристичкиот пазар** како „збир на односи од понуди и побарувања на подрачјето на услуги и производи кои служат за подмирување на туристичките потреби на одреден простор, односно збир на односи од понуди и побарувања кои настануваат под влијание на туристичките движења“ (стр. 142).

Понудата, побарувачката и конкуренцијата претставуваат основни елементи на пазарот. Авторот Черовиќ (2004) истакнува дека туристичкиот пазар ги има следните димензии: прва димензија се **купувачите (туристи)**; втора е **платежната способност на купувачите (туристите)**; трета е **подготвеност и намера да се купуваат производи и услуги**, четврта се **продавачите на производи и услуги**, петта се **самите производи и услуги** (со своите својства и обем); шеста е **просторот** на кој се врши размена и седма е **времето** во кое се извршува размената (стр. 4).

Современиот туристички пазар го карактеризираат постојани и чести промени од квантитативен и квалитативен тип. Пред с'е, тука се мисли на промените кои се случуваат на страна на туристичката побарувачка. Во такви услови многу е важно туристичката понуда да се прилагодува на туристичката побарувачка, односно важно е субјектите на страна на туристичката понуда постојано да ги пратат промените во барањата, потребите, желбите и можностите на субјектите на страна на туристичката побарувачка и да се прилагодуваат на тие промени. Важно е да се следат, но и да се предвидуваат промените на туристичкиот пазар.

Туристичкиот пазар има сличности со останатите пазари, но има и свои специфичности, како што се (Штетиќ, Шимичевиќ и Нициќ, 2009):

- Нагласена сезонска концентрација на туристичкиот промет;
- Туристичката побарувачка се насочува кон туристичката понуда, додека на останатите пазари ситуацијата е обратна;
- Сложена и хетерогена побарувачка од аспект на потребите;
- Супституционалност;
- Многу хетерогена понуда;

- Неопиплив туристички производ;
- Крута и нееластична понуда наспроти високо еластична побарувачка;
- Неможност за складирање на туристичкиот производ;
- Истовремена потрошувачка и давање услуги;
- Високи фиксни трошоци на страна на понудата.

Авторот Стојановиќ (2014) истакнува дека: во текот на последните две децении запазена е с'е поголема сегментација на туристичкиот пазар. Покрај туристите кои се свртени со поголем дел кон уживање на туристичките патувања, се појавила нова група туристи, која патува како би открила нешто ново и би научила. С'е позначаен удел во светскиот туристички промет остваруваат таканаречените селективни видови туризам, кои претставуваат туристички движења чија цел е запознавање со специфичните карактеристики на одредени подрачја (стр. 739).

Фактот дека туристичката понуда е просторно одвоена од туристичката побарувачка, укажува на постоење на емитивен простор (каде е концентрирана туристичката побарувачка), комуникативниот простор и рецептивниот простор (каде е концентрирана туристичката понуда).

1. Карактеристики на емитивните зони

Развојот на туризмот се заснова на вредностите кои се наоѓаат во просторот. Од друга страна, туризмот влијае на просторот на кој се развива. Со развојот на туризмот доаѓа до трансформација на просторот во емитивна, комуникативна и рецептивна сфера. Секоја од овие сфери има свои вредности и карактеристики.

Емитивните зони претставуваат простор во кој се создава туристичка потреба и од каде туристите се упатуваат на туристички движења. Во овоа сфера делуваат иницијативни фактори кои влијаат на туристите. Во емитивната зона се наоѓаат туристичките агенции кои нудат различни аранжмани. Покрај тоа, присутни се различни информативни и промотивни содржини кои треба да ги поттикнат луѓето на донесување одлуки за туристичкото движење. Посебно е важно да се познаваат карактеристиките на емитивните зони како на основа на тие карактеристики и елементи на зоната, би се извршила сегментација на туристичката побарувачка.

Емитивната сфера ја чинат елементи кои ги одредуваат карактеристиките на мобилноста на населението. „Тоа се следните елементи: степен на урбанизација, степен на економски развој, показатели на културното ниво на населението и култивација на

просторните содржини, параметрите на политичката состојба, организациските услови, демографските вредности“ (Мариноски, Стаменковиќ и Илиќ, 2015, стр. 44).

Поголемите градски центри во Србија, како и земјите од опкружувањето (Босна и Херцеговина, Црна Гора, Македонија, Бугарија, Хрватска и Словенија) претставуваат главни емитивни подрачја од кои туристите поаѓаат на туристички движења во дестинациите на регионот на Јужна и Источна Србија. Истовремено, регионот (посебно поголемите градски центри во регионот на Јужна и Источна Србија) претставува значајно емитивно подрачје.

1.1. Одредување сегменти на туристичката побарувачка

Кога е во прашање туристичката побарувачка, важно е да се спомене дека на туристичката побарувачка влијаат интерни и екстерни фактори. Интерни фактори претставуваат субјективни фактори. Тоа се фактори кои се однесуваат на самите туристи, нивното однесување, желби, можности, потреби, перцепции. Екстерни фактори се објективни фактори. Овие фактори се однесуваат на екстерното опкружување и нив поединецот не може директно да ги контролира.

За туристичката побарувачка е карактеристично дека е еластична (променлива) во однос на приходите на туристите, цените на производите и услугите, сезоната и други фактори. Туристичката побарувачка е хетерогена (разновидна), со оглед на тоа дека на страна на туристичката побарувачка е голем број туристи кои имаат различни потреби, барања, ставови, перцепции, можности и слично. Покрај тоа, за туристичката побарувачка е карактеристично дека има сезонски карактер.

Туристичката побарувачка се дели на идеална, потенцијална и реална. Поделбата е извршена на основа односот меѓу потребите, желбите, склоностите и можностите. Идеална туристичка побарувачка подразбира дека постои туристичка потреба, но таа не може да се задоволи од некоја причина (недостаток на пари, недостаток на слободно време, недобивање виза и слично). Потенцијалната туристичка побарувачка подразбира дека туристичка потреба постои, дека се исполнети и другите услови, но дека уште не е донесена одлука да се биде дел од туристичката активност. Тоа е потенцијална побарувачка затоа што одлука за вклучување во туристичката активност нема да донесат сите. Реалната туристичка побарувачка ја чинат оние лица кај кои се исполнети сите услови за реализација на туристичката активност, кои донеле одлука да ја задоволат туристичката потреба и кои се вклучиле во туристичката активност (Стефановиќ и Глигоријевиќ, 2010).

Една од карактеристиките на туристичката побарувачка е хетерогеност. Носителите на туристичката побарувачка се бројни и се разликуваат во поглед на демографските, економските, географските, социолошките, психолошките карактеристики, во поглед на искуства и слично. Да би се постигнала и одржала стабилна позиција на туристичкиот пазар, да би се створил и одржал препознатлив имиџ и да би се одговорило на сите барања на современата туристичка побарувачка, потребно е да се изврши сегментација на туристичката побарувачка. Сегментацијата на туристичката побарувачка е важна како би се одговорило на потребите на современите туристи кои се с'е покомплексни во барањата, пософистицирани, поискусни. Сегментацијата е всушност, поделба на туристите на одредени хомогени сегменти (групи) според нивните одредени карактеристики. Туристите кои припаѓаат на ист сегмент или група имаат исти или слични демографски, социо - културни карактеристики, потреби, интересирања, барања и слично. Најчести критериуми за сегментација се демографски, географски, социолошки, психолошки, економски и слично. Сегментацијата на пазарот произлегува од хетерогеноста на туристичката побарувачка. Треба да се нагласи дека неадекватно извршена сегментација на побарувачката носи со себе одредено ниво на ризик. Сегментацијата на побарувачката е важна и заради планирањето и реализацијата на маркетинг активностите.

Постапката на сегментација опфаќа осум фази (Черовиќ, 2004, стр. 142):

- Дефинирање на проблемот или целта на истражувањето;
- Избор на основа за сегментација;
- Избор на критериуми за сегментација;
- Избор на примероци од потрошувачи;
- Собирање податоци од примероците;
- Формирање сегменти на основа избраните критериуми;
- Дефинирање на маркетинг стратегија;
- Преведување на резултатите во маркетинг стратегија.

Одредени туристички претпријатија и туристички дестинации имаат можност на основа на разновидната понуда да одговорат на барањата на различните сегменти на туристите, така што на секој сегмент ќе му понудат одредена програма во понудата. Поради постојаните промени на страна на туристичката побарувачка, потребно е континуирано да се пратат туристите, како би се утврдило дали постојат нови сегменти на побарувачката. Тоа придонесува за развој на нови туристички производи и подобро позиционирање на пазарот.

1.2. Приоритет на побарувачката како основа за креирање на туристичките производи

Туристичките производи креирани во склад со барањата на туристичката побарувачка се еден од предусловите за успешен развој на туристичката дестинација. Дестинацијата ќе постигне успех само ако континуирано го насочува вниманието на креирање, развој и понуда на различни атракции и активности кои го чинат туристичкиот производ. Креирањето на туристичките производи на ниво на конкретна туристичка дестинација произлегува од барањето, потребата, желбите и можностите на туристите. Креирање на туристичкиот производ, значи, се врши на основа на потенцијалот со кој конкретната туристичка дестинација располага, но и на основа на потребата и барањата на туристите.

Слика 28 Клучни елементи во процесот на креирање на производот



Извор: Datzira, M. J. (2006) *Tourism Product Development: A way to create value – The case of LaVall de Lord, Barcelona*, p. 5, према Datzira, M. J. (2006) *Cultural Heritage Tourism – Opportunities for product development: the Barcelona case' in Tourism Review, Vol 61, No 1 AIEST.*

Туристичките производи се засновани на користење природни и културни ресурси на дестинациите и креирани се со цел задоволување на потребите на туристите. Доколку постои јасен концепт на производот, ќе се обезбеди поголема прецизност кога е во прашање планирањето, развојот и управувањето во областа на туризмот. Структурата на туристичкиот производ е комплексна и резултат е на сложен произведен процес (Smith, 1994). Терминот „туристички производ“ се користи во два случаја. Во првиот случај, овој термин се однесува на производ кој се нуди, како што е една туристичка тура. Во прашање е „специфично“ ниво на разбирање на терминот „туристички производ“. Во вториот случај, овој термин се однесува на комплетно искуство на туристот, од моментот кога заминува од домот до моментот кога се враќа дома. Во прашање е „вкупно“ ниво на разбирање на терминот „туристички производ“ (Middleton, 1989). Вкупниот туристички производ го чинат сите елементи кои туристот ги троши во текот на своето патување. Специфичните производи се составен дел од вкупниот туристички производ. Туристичките производи се многу сложени и се состојат од бројни компоненти. Тие компоненти се меѓусебно зависни и секоја обезбедува само дел од вкупната корист која туристите ја бараат (Koutoulas, 2004).

Во современите услови присутни се бројни промени на страна на туристичката побарувачка. Носителите на туристичката побарувачка (туристите) стануваат с'е покомплексни во барањата. Затоа е многу важно да се имаат во предвид карактеристиките на побарувачката и селективните видови туризам при креирањето на туристичката понуда за конкретна дестинација. Специфичните барања на современата туристичка побарувачка можат да се задоволат низ развој на селективните видови туризам. Промените на страна на туристичката побарувачка условиле појава и афирмација на нови туристички производи, како и нови, селективни видови туризам. Развојот на селективниот вид туризам посебно е нагласен последните години и с'е повеќе ќе добива значење во наредниот период.

Според Стратегијата за развој на туризмот на Република Србија за периодот 2016-2025, туристичките производи од посебно значење за развој на туризмот се: туризам на градовите; манифестации; планински туризам; spa&wellness во бањите / здравствен туризам; тематски рути; рурален туризам; наутички туризам; MICE туризам - состаноци, поттикнувачки патувања, конференции и изложби; културно наследство; специјални интереси; транзитен туризам. На основа на анализата на потенцијалите и ресурсните основи на регионот Јужна и Источна Србија, во третото поглавје на овој труд, може да се воочи дека овој регион поседува основа за развој и пласман на сите туристички производи наведени во Стратегијата за развој на туризмот на Република Србија за периодот 2016-2025.

2. Карактеристики на туристичката понуда

Авторите Стефановиќ & Глигоријевиќ (2010) ја дефинираат туристичката понуда како „количина на роба и услуги кои се нудат на туристите на одреден туристички пазар, во одредено време и по одредена цена“ (стр. 188). На страната на туристичката понуда постои голем број субјекти на туристичкото стопанство кои даваат различни туристички услуги. Покрај тоа, присутен е и голем број субјекти од другите стопански и нестопански дејности кои ги задоволуваат потребите на туристите. Како субјекти на страна на туристичката понуда се јавуваат угостителски и хотелски претпријатија, туристички агенции и туроператори, сообраќајни претпријатија, трговски претпријатија, претпријатија од областа на забава и разонода (кина и други забавни содржини), државни и други организации. За да се задоволат потребите на туристичката побарувачка, потребно е да постои синхронизација на туристичката понуда и атрактивните комуникативни и рецептивни фактори (Штетиќ, Шимичевиќ и Нициќ, 2009).

Тешко е да се дефинираат карактеристиките на туристичката понуда заради недостатоци на дефиниција на производот и постоење екстерни карактеристики кои се клучни за создавање аутпут во туризмот (Marcouiller & Prey, 2005). Туристичката понуда ја карактеризира хетерогеност. Тоа се објаснува со фактот дека на страна на туристичката понуда постои голем број учесници (субјекти), од кои секој има одредено место и улога во креирањето на туристичката понуда. Туристичката понуда понатака ја карактеризира релативната непроменливост. Капацитетите во туризмот се лимитирани по обем и квалитет и промените се можни само во подолг временски период. Покрај тоа, за креирање на туристичка понуда неопходни се значајни вложувања (високи трошоци). Една од карактеристиките на туристичката понуда е и сезоналноста. Сезоната влијае на тоа туристичката понуда да биде различна во текот на летниот и зимскиот дел од годината. Туристичките услуги ги карактеризира неопипливост и тие не можат да се складираат (производството и потрошувачката на услугите е истовремена). Туристичката понуда е просторно одвоена од туристичката побарувачка.

Добра туристичка понуда дестинација во регионот Јужна и Источна Србија подразбира постоење на атрактивни природни и антропогени ресурси, соодветна сообраќајна поврзаност и рецептивни капацитети, како и адекватна и континуирана промоција на содржината на туристичката понуда. Кога е во прашање туристичката понуда на регионот на Јужна и Источна Србија, потребно е да се планираат и реализираат активности кои ќе придонесат за создавање соодветна туристичка понуда, односно активности кои ќе овозможат валоризација на природните и антропогените туристички вредности, развој на

сообраќајната инфраструктура, туристичката инфраструктура и супраструктура и промоција на содржината на туристичката понуда. Сите тие активности треба да го зголемат нивото на конкурентност на дестинациите во регионот на Јужна и Источна Србија на туристичкиот пазар.

2.1. Демографски карактеристики како фактор на понуда

Улогата на локалното население е многу важна во развојот на туризмот на конкретно подрачје. Посебно се важни ставовите на локалната заедница во поглед на поддршката на развојот на туризмот. Еден дел од локалното население директно учествува во развојот на туризмот на некое подрачје, друг дел учествува индиректно, додека еден дел од локалното население воопшто не учествува во туристичките активности и развојот на туризмот. Позитивните ставови на локалното население, како и директното или индиректното учество придонесуваат за развојот на одредени видови туризам во некоја дестинација. Развојот на туризмот на некое подрачје може да има позитивни, но и негативни социо - економски ефекти по локалното население.

Во продолжение се наведени основните обележја на населението во регионот на Јужна и Источна Србија. Наведен е бројот на население и густината на населеност на населението. Покрај тоа, извршена е анализа на структурата на населението според староста, полот, степенот на образование, економската активност и според дејноста (за економски активното население што извршува одредено занимање).

Во табелата 15 се гледа движењето на бројот на население во Република Србија и регионот Јужна и Источна Србија меѓу пописот на населението кој е реализиран во 1948 година и пописот на населението кој е реализиран во 2011 година, а на основа податоците од Републичкиот завод за статистика. Од табелата можеме да воочиме дека од пописот на населението кој е реализиран во 1948 година до пописот на населението кој е реализиран во 1981 година присутна е тенденција на пораст на бројот на жители во Република Србија (од 6.527.583 жители во 1948 година на 9.313.686 жители во 1981 година). Во следните пописни периоди евидентно е намалување на бројот на жители. Пописот на населението во 1991 година не е во потполност спроведен на територијата на Автономната покраина Косово и Метохија, а во 2002 и 2011 година не е воопшто реализиран на територијата на покраината. Пописите на населението спроведени после Втората светска војна покажуваат иста тенденција во поглед на движењето на бројот на жители и во регионот на Јужна и Источна Србија. Според податоците од пописот евидентен е раст на бројот на жители од 1948 до 1981

година (од 1.743.691 жители во 1948 година на 1.980.506 жители во 1981 година). Следните пописи на населението покажуваат тенденција на намалување на бројот на жители во регионот. Пописот на населението од 1991 година покажува дека во регионот на Јужна и Источна Србија бројот на жители е намален за 40.254 жители во однос на пописот на населението од 1981 година. Пописот на населението од 2002 година покажува дека во регионот бројот на жители е намален за 187.248 жители во однос на пописот на населението од 1991 година, додека пописот на населението од 2011 година покажува намалување на бројот на жители за 189.088 жители во однос на 2002 година.

Табела 15 Број на жители во Република Србија и во регионот Јужна и Источна Србија според пописот на населението во периодот од 1948 до 2011 година

Година	Република Србија	Регион на Јужна и Источна Србија
1948	6.527.583	1.743.691
1953	6.978.119	1.828.910
1961	7.641.962	1.874.293
1971	8.446.726	1.929.140
1981	9.313.686	1.980.506
1991	7.822.795	1.940.252
2002	7.498.001	1.753.004
2011	7.186.862	1.563.916

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016., стр. 37., достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Во табела 16 прикажан е бројот на жители по поедини окрузи во регионот на Јужна и Источна Србија, на основа податоците од пописот на населението кој е реализиран во 2011 година. Податоците од табелата покажуваат дека најголем број население живее во Нишавскиот округ (376.319 жители), а најмал број население во Топличкиот округ (91.754 жители).

Табела 16 Број на жители по окрузите во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година)

Округ	Број на жители
Борски округ	124.992
Браничевски округ	183.625
Заечарски округ	119.967
Јабланички округ	216.304
Нишавски округ	376.319
Пиротски округ	92.479
Подунавски округ	199.395
Пчињски округ	159.081
Топлички округ	91.754

Извор: Општине и региони у Републици Србији 2015, Републички завод за статистику, Београд, стр. 52-58

Табелата 17 го покажува просторното разместување на населението во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија чија динамика се разгледува преку

густината на населеност. Податоците од пописот на населението кои се реализирани од 1948 до 2011 година покажуваат дека просечната густина на населеност во Република Србија била најголема во 1981 година (105,2 жители на 1км²). Според истиот попис на населението, просечна густина на населеност во регионот на Јужна и Источна Србија била 75,5 жители на 1км². Последниот попис на населението од 2011 година покажува дека просечната густина на населеност во Република Србија била 92,6 жители на 1км², а во регионот на Јужна и Источна Србија 59,6 жители на 1км².

Табела 17 Густина на населеност во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија според пописот на населението во периодот од 1948 до 2011 година

Година	Република Србија (број на жители на 1км ²)	Регион на Јужна и Источна Србија (број на жители на 1км ²)
1948	73,8	66,4
1953	78,8	69,7
1961	86,3	71,4
1971	95,4	73,5
1981	105,2	75,5
1991	100,8	73,9
2002	96,6	66,8
2011	92,6	59,6

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 37, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Разгледувано по окрузите на регионот на Јужна и Источна Србија „густината на населеност се движи од 159 жители на 1км² во Подунавскиот округ до 33,1 жители на 1км² во Заечарскиот округ “ (Гашић, 2016, стр. 97). Овој податок покажува значајни разлики во поглед на просторното разместување на жителите по поедини окрузи на регионот на Јужна и Источна Србија.

Табелата 18 го покажува бројот на домаќинства во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија според пописите на населението кои се реализирале во периодот од 1948 до 2011 година. Овие податоци покажуваат дека во разгледуваниот период во Република Србија забележано е континуирано зголемување на бројот на домаќинства с’е до 2002 година. Континуираниот раст на бројот на домаќинства го следело намалување на просечната големина на домаќинства. Последниот попис на населението од 2011 година покажува дека бројот на домаќинства е намален во однос на 2002 година. Според овој попис во Република Србија имало 2.487.886 домаќинства. Во вкупниот број домаќинства најмногу се застапени домаќинства со два члена. И за регионот на Јужна и Источна Србија карактеристичен е пораст на бројот на домаќинства од 1948 до 2002 година. Последниот попис на населението покажува дека во 2011 година биле 522.527 домаќинства, што е помалку за 42.447 домаќинства во однос на пописот на населението од 2002 година.

Табела 18 Број на домаќинства во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија според пописот на населението во периодот од 1948 до 2011 година

Година	Република Србија	Регион на Јужна и Источна Србија
1948	1.485.591	361.114
1953	1.616.349	385.615
1961	1.929.175	438.372
1971	2.248.172	499.139
1981	2.568.775	547.742
1991	2.418.156	560.068
2002	2.521.190	564.974
2011	2.487.886	522.527

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 37, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Старосната структура на населението е посебно значајна демографска карактеристика. Во табелата 19 прикажан е бројот на жители во Република Србија и регионот на Јужна и Источна Србија по години на старост според пописот на населението кој е реализиран во 2011 година. Наведена е и просечната старост на населението на територијата на земјата и регионот на Јужна и Источна Србија.

Табела 19 Населението според староста во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година)

Години на старост	Република Србија	Регион на Јужна и Источна Србија
0-4	328.255	65.006
5-9	350.154	74.337
10-14	346.869	77.250
15-19	401.994	90.314
20-24	439.741	93.534
25-29	480.286	95.094
30-34	496.362	97.191
35-39	493.934	104.066
40-44	469.928	101.322
45-49	483.986	103.381
50-54	520.344	109.665
55-59	596.279	128.415
60-64	528.414	121.335
65-69	339.444	82.571
70-74	354.142	83.052
75-79	298.612	73.343
80-84	176.568	44.146
85 и више	81.550	19.894
Просечна старост	42,2	43,3

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 38, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Податоците од табелата покажуваат дека најголем број жители во Република Србија има меѓу 55 и 59 години (596.279 жители) и меѓу 60 и 64 години (528.414 жители). Иста е

ситуацијата и на ниво на регионот на Јужна и Источна Србија. Најголем број жители има меѓу 55 и 59 години (128.415 жители) и меѓу 60 и 64 години (121.335 жители). „Просечна старост на населението во регионот е 43,25 години, додека на ниво на државата е 42,2 години“ (Гашић, 2016, стр. 99).

Овие податоци покажуваат дека за земјата, како и за регионот карактеристична е длабока демографска старост. Во Република Србија „најстар“ е регионот на Јужна и Источна Србија. Неповолната старосна структура на населението не придонесува за развојот на туризмот во регионот.

Табелата 20 ја покажува структурата на населението според полот во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија, а на основа на податоците од пописот на населението од 2011 година. На основа на податоците од табелата може да се воочи дека во Република Србија (кога е во прашање население со старост до 39 години), бројчано доминираат мажи. Во бројот на жители преку 40 години старост бројчано доминираат жени. Во регионот на Јужна и Источна Србија поголем е бројот на мажи во однос на жени, кога се разгледува населението до 54 години старост. Ако се разгледува бројот на население преку 55 години старост, бројчано доминираат жени.

Табела 20 Население според полот во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година)

Години на старост	Република Србија		Регион на Јужна и Источна Србија	
	Машко	Женско	Машко	Женско
0-4	169.168	159.087	33.620	31.386
5-9	179.721	170.433	38.244	36.093
10-14	178.419	168.450	39.798	37.452
15-19	206.968	195.026	46.914	43.400
20-24	225.231	214.510	48.349	45.185
25-29	244.911	235.375	49.315	45.779
30-34	252.502	243.860	50.263	46.928
35-39	248.554	245.380	53.122	50.944
40-44	234.274	235.654	51.290	50.032
45-49	238.502	245.484	52.036	51.345
50-54	254.508	265.836	55.503	54.162
55-59	289.566	306.713	63.934	64.481
60-64	249.785	278.629	59.021	62.314
65-69	154.775	184.669	38.765	43.806
70-74	153.847	200.295	37.036	46.016
75-79	122.964	175.648	31.071	42.272
80-84	67.814	108.754	17.539	26.607
85 и повеќе	27.667	53.883	7.093	12.801
Вкупно	3.499.176	3.687.686	772.913	791.003
Просечна старост	40,9	43,5	42,0	44,5

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 38, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Образовната структура на населението ја покажува писменоста и школската спрема на населението. Табелата 21 го покажува бројот на жители постари од 10 години според писменоста и полот во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија, на основа на податоците од пописот на населението од 2011 година.

Овие податоци покажуваат дека во вкупниот број жители стари 10 и повеќе години во Република Србија (6.508.453 жители) писмени се 3.127.456 мажи и 3.253.534 жени, односно неписмени се 22.831 мажи (0,73%) и 104.632 жени (3,21%). Податоците, исто така, покажуваат дека во вкупниот број жители стари 10 и повеќе години во регионот на Јужна и Источна Србија (1.424.573 жители), писмени се 693.527 мажи и 687.557 жени, односно неписмени се 7.522 мажи (1,08%) и 35.967 жени (5,23%). На основа на податоците од табелата може да се воочи дека и на ниво на земјата и на ниво на регионот многу поголемо е учеството на жените во вкупниот број неписмено население старо 10 и повеќе години.

Табела 21 Население старо 10 и повеќе години според писменоста и полот во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година)

	Република Србија		Регион на Јужна и Источна Србија	
	Машко	Женско	Машко	Женско
Писмено	3.127.456	3.253.534	693.527	687.557
Неписмено	22.831	104.632	7.522	35.967
Неписменост %	0,73	3,21	1,08	5,23

Извор: Статистички годишњак Републике Србије 2016, стр. 41, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Податоците од табела 22 ја покажуваат образовната структура на населението старо 15 и повеќе години според полот во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија, а на основа на податоци од пописот на населението од 2011 година. Овие податоци покажуваат дека во вкупниот број население старо 15 и повеќе години во Република Србија најмногу се жители со завршено средно образование (3.015.092 жители). Од нив 1.613.356 се мажи и 1.401.736 жени со завршено средно образование. Во регионот на Јужна и Источна Србија најголем број население старо 15 и повеќе години има завршено средно образование (605.683 жители). Од нив се 334.124 мажи и 271.559 жени со завршено средно образование. Од табелата може да се види дека е голем бројот на население и на ниво на земјата и на ниво на регионот без школска спрема и со непотполно основно образование. Ова претставува ограничувачки фактор во развојот на туризмот, но и во вкупниот развој на регионот на Јужна и Источна Србија. Посебен проблем претставува ниското учество на населението кое има вишо и високо образование.

Табела 22 Население старо 15 и повеќе години според школска спрема и пол во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година)

Образование	Република Србија		Регион на Јужна и Источна Србија	
	Машко	Женско	Машко	Женско
Без школска спрема	30.628	134.256	9.472	41.351
Непотполно основно образование	241.226	436.273	74.554	127.138
Основно образование	593.463	685.653	152.185	162.328
Средно образование	1.613.356	1.401.736	334.124	271.559
Вишо образование	173.132	175.203	36.642	31.798
Високо образование	308.824	343.410	51.146	48.326
Непознато	11.239	13.185	3.128	3.572
Вкупно	2.971.868	3.189.716	661.251	686.072

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 40, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Економската структура на населението е важен индикатор на стопанскиот и вкупниот општествен развој на регионот на Јужна и Источна Србија. Податоците во табела 23 ја покажуваат структурата на населението според економската активност и полот во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија, а на основа пописот на населението од 2011 година.

Табела 23 Население според економската активност и пол во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година)

	Република Србија		Регион на Јужна и Источна Србија	
	Машко	Женско	Машко	Женско
Економски активно	1.699.664	1.271.556	369.279	260.213
Извршуваат занимање	1.333.293	971.335	275.751	181.812
Невработени	366.371	300.221	93.528	78.401
Економски неактивни	1.799.512	2.416.130	403.634	530.790
Пензионери	692.506	935.922	164.644	207.382
Деца, ученици, студенти	798.081	794.213	168.417	165.567
Лица кои извршуваат само домашни работи во своето домаќинство	70.439	528.932	18.279	123.242
Останато	238.486	157.063	52.294	34.599

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 43, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Табелата 24 покажува податоци за структурата на економски активното население кое извршува занимање, според одредена дејност, а на основа пописот на население од 2011 година. Податоците се однесуваат на Република Србија и регионот на Јужна и Источна Србија. Од табелата може да се види дека на ниво на земјата најголем број економски активно население извршува занимање во преработувачката индустрија. Кога е во прашање регионот на Јужна и Источна Србија, најголем број економски активно население извршува занимање во земјоделството, шумарството и рибарството.

Табела 24 Економски активно население кое извршува занимање, според дејности во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година)

Образование	Република Србија	Регион на Јужна и Источна Србија
Земјоделие, шумарство, рибарство	340.186	86.571
Рударство	26.362	7.572
Преработувачка индустрија	396.392	82.773
Снабдување со електрична енергија, гас, пареа и климатизација	31.347	8.474
Снабдување со вода, гас, управување со отпадни води	38.504	9.050
Градежништво	125.747	25.155
Трговија на големо и мало, поправка на моторни возила и моторцикли	339.371	56.656
Сообраќај и складирање	121.878	20.344
Услуги за сместување и исхрана	67.773	11.820
Информирање и комуникации	53.281	5.456
Финансиски дејности и дејност осигурување	50.964	6.098
Работење со недвижности	4.182	300
Стручни, научни, иновациски и технички дејности	79.722	9.814
Административни и помошни услужни дејности	45.196	6.847
Државна управа и одбрана: задолжително социјално осигурување	180.580	40.394
Образование	149.034	30.779
Здравствена и социјална заштита	158.345	33.560
Уметност, забава и рекреација	34.916	5.030
Останати услужни дејности	43.833	6.494
Дејност во домаќинства како работодавец	615	74
Дејност на екстериторијални организации и тела	1.524	44
Непознато	14.876	4.258

Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2016, стр. 44, достапно на <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20162019.pdf>

Улогата на населението во развојот на селективните видови туризам е многу важна. Успехот во развојот на туризмот на некое подрачје во голема мера зависи од ставовите на локалното население и неговата спремност да се вклучи во туристичката активност, создавање и пласман на туристички производи и услуги. Податоците од пописот на населението покажуваат дека во регионот на Јужна и Источна Србија доаѓа до намалување на бројот на жители, намалување на бројот на домаќинства, како и бројот на членови на домаќинствата. Покрај тоа, присутна е и неповолната старосна структура. Ова е „најстариот“ регион во земјата. Сето тоа ги претставува ограничувачките фактори во развојот на туризмот на ова подрачје. Кога е во прашање степенот на образование, евидентно е ниското учество на население со високо образование. Затоа е важно посебно внимание да се посвети на

едукација на кадри, а посебно кадри од областа на туризмот. Покрај создавање соодветни програми од областа на туризмот (кога е во прашање формално образование), потребно е континуирано да се реализираат обуки, курсеви, работилници за населението кое моментално се занимава со туризам или во иднина ќе извршува работи од областа на туризмот. На тој начин населението ќе стекне нови и ќе ги унапреди постојните знаења од областа на туризмот и современите тенденции во туризмот, кои ќе ги примени во реализацијата на туристичките активности и унапредувањето на туристичката понуда, што ќе придонесе за развој на туризмот. Кога се во прашање податоци кои се однесуваат на дејноста која ја извршува економски активното население во регионот на Јужна и Источна Србија, најголемо е учеството на жителите кои извршуваат занимање во земјоделието, шумарството и рибарството. Тоа може поттикнувачки да делува на развојот на туризмот, со оглед на поврзаноста на туризмот и земјоделството.

2.2. Стимулативни мерки за подобрување на структурата на понудата

Унапредувањето на туристичката понуда има за цел подобро позиционирање на дестинациите на пазарот, зголемување на туристичкиот промет и приходите од туризмот. За унапредување на туристичката понуда во туристичките дестинации на регионот Јужна и Источна Србија важно е да се преземат мерки и активности кои имаат за цел:

- Континуирано истражување на туристичката побарувачка (потреби, барања, желби, ставови на туристите);
- Развој на нови туристички производи во склад со барањата на туристичката побарувачка;
- Развој на специфичните сегменти на туристичката понуда во дестинациите на регионот на Јужна и Источна Србија;
- Развој на нови и модернизација на постоечките туристичко - информативни центри;
- Поинтензивна промоција на туристичката понуда;
- Поврзување и соработка на сите актери во областа на туризмот;
- Планирање и реализација на проекти кои ќе придонесат за подобра содржина и квалитет на туристичката понуда во дестинациите на регионот на Јужна и Источна Србија.

Подинамичниот развој на туризмот, кој би морал да биде цврста подлога на вкупниот стопански раст, бара поддршка во следните подрачја (Черовиќ, Барјактаровиќ и Кнежевиќ, 2015, стр. 4-5):

- Доградување и унапредување на законската регулатива и нејзино усогласување со европските стандарди;
- Унапредување и развој на сообраќајната, туристичката, комуналната и останатите инфраструктури;
- Стимулирање на вкупната инвестициска активност;
- Водење на стимулативна фискална политика;
- Поттикнување на развојот на странскиот и домашниот туризам.

Според Стратегијата за развојот на туризмот во Република Србија за период 2016-2025 година (2016), се предлага воведување на различни мерки на поддршка кои се делат на: активности во областа на стекнување нови знаења и вештини, научноистражувачки и развојни проекти, изработка на планска и техничка документација, статистичко следење, подигнување на квалитетот за управување во туризмот, подигнување на нивото на свест кај граѓаните за важноста и значењето на заштитата на природата и развојот на туризмот. За разни видови инвестиции предвидени се мерки на директна и индиректна поддршка (стр. 68).

Во продолжение се наведени некои од индиректните мерки на поддршка на развојот на туризмот (Стратегија развоја туризма Републике Србије за период 2016-2025, 2016, стр. 68-69):

- Воведување пониска стапка на данок на додадена вредност на угостителството во целина;
- Продолжување и натамошен развој на програмата со ваучери за граѓаните поради користење на туристичките и угостителските услуги во Република Србија, како една од мерките за поддршка на развојот на домашниот туризам;
- Продолжување и натамошен развој на програмата за поттикнување на домашните туристички агенции, организатори на патувањата со цел доведување странски туристи во Република Србија;
- Во стопански неразвиените подрачја од значење за развојот на туризмот е давање земјиште во сопственост на државата без надомест за изградба и опремување на туристички објекти и содржини;
- Со цел поттикнување инвестиции во туристичката инфраструктура, супраструктура и туристичките производи, министерството надлежно за работи

во туризмот во соработка со другите институции, ќе организира изработка на инвестициски каталози и промоција на инвестициите во областа на туризмот.

Кога се во прашање директните мерки за поддршка на развојот на туризмот, посебно се истакнуваат финансиските инструменти за поддршка како што се неповратни средства, кредити, јавно - приватни партнерства и слично.

Во регионот на Јужна и Источна Србија неопходно е да се реализираат мерки за унапредување на туристичката понуда и развој на селективните видови туризам кои се засновани на природни и антропогени туристички вредности. Во многу градови и општини од регионот се спроведуваат мерки кои имаат за цел унапредување на туристичката понуда и зголемување на туристичкиот промет. Потребна е, меѓутоа, поинтензивна реализација на тие мерки и активности, како и континуирано планирање на нови мерки и активности.

2.3. Диференцијација на ресурсите како можност во настапот на туристичкиот пазар

Во современите услови, поради барањата на современите туристи, неопходно е креирање на туристичките производи кои се засновани на локални, специфични ресурси. Таквите производи овозможуваат диференцирање на туристичките дестинации при настапот на туристичкиот пазар. Со оглед на тоа дека специфичните туристички производи кои се издвојуваат на конкретна дестинација се создават на база на специфични, локални природни и антропогени вредности, мора да се води сметка за нивната одржливост. Таквите производи потребно е да се креираат и пласираат со почитување на принципот на одржлив развој. На тој начин дестинацијата ќе ги сочува специфичните карактеристики кои ја прават атрактивна и единствена.

Создавањето на различни туристички производи придонесува за поголема конкурентност на туристичката дестинација и задоволување на различните барања на современите туристи. Да би се постигнало тоа, потребно е да се идентификуваат ресурсите со кои дестинацијата располага, да се изврши нивна оценка, да се утврди нивото на нивната атрактивност и да се изврши диференцијација на ресурсите. Диференцијацијата на ресурсите, значи, овозможува создавање диверзификувана понуда на туристичките производи. Примената на стратегијата на диференцирање на туристичките производи, на база на диференцијацијата на туристичките ресурси, има за цел зголемување на конкурентската позиција на туристичката дестинација и подобра позиција на туристичкиот пазар.

Диференцијацијата на ресурсите треба да го насочи вниманието на туристите кон специфичностите кои ги поседуваат ресурсите на конкретното подрачје.

Хетерогеноста на современите туристички потреби, желби, преференции доведува до појава на специјализирани пазарни сегменти. Тоа понатака значи дестинациите да се натпреваруваат како би привлекле одредени лица или групи. Туристите, од друга страна, располагаат со информации за своите можности. Сето тоа влијае на создавање и развој на туристичките производи и услуги со висок квалитет. Доколку постојат иновативни туристички производи, засновани на локалните карактеристики на конкретното подрачје, можно е да се изврши диференцирање на туристичките дестинации. Специфичностите на конкретните подрачја се од суштинско значење за диференцирање на туристичките дестинации и зголемување на нивната конкурентност и одржливост (Romao, 2012).

Регионот на Јужна и Источна Србија поседува разновидна ресурсна основа. Дестинациите во овој регион на туристите можат да им понудат чисто и здраво природно опкружување, здрава храна, уживање во големиот број паркови на природата и во предели со исклучителни одлики, резервати на природата, споменици на природата, потоа престој во бањски места и планински центри, посета на манастири, сакрални објекти, археолошки наоѓалишта, музеи, тврдини, националниот парк. Покрај тоа, одредени подрачја даваат можности за авантуристички активности, спортски и рекреативни активности во природа, на голем број реки и езера. За поедини сегменти на туристичката побарувачка важно е да се изврши диференцијација на ресурсите во настапот на туристичкиот пазар. Но, за поедини сегменти на туристичката побарувачка (посебно за туристите од странство) потребно е да се комбинираат расположивите ресурси и да се претстави обединета туристичка понуда на поедини окрузи или регионот во целина.

2.4. Рецептивни можности за развој на туризмот во Јужна и Источна Србија

Сместувачките капацитети и капацитетите за исхрана претставуваат едни од најзначајните рецептивни капацитети во некоја дестинација. Од видот и квалитетот на овие капацитети во голема мера зависи туристичкиот промет и развој на туризмот на некое подрачје. Како е наведено во Стратегијата за развој на туризмот на Република Србија за периодот 2016-2025 година (2016): Структурата на сместувачките објекти, односно нивните капацитети во Србија, изменета е во последните неколку години. Во понудата на сместувачките објекти од хотелски тип во Србија дошло до динамичен развој и тоа

првенствено на хотели со 4*. Зголемено е учеството на познати хотелски брендови најмногу во Белград, Суботица, Нови Сад и Ниш (стр. 16).

На основа на податоците од табелата 25 може да се види дека во вкупниот број категоризирани угостителски објекти за сместување во Република Србија најмногу има хотели (и во поглед на бројот на објекти, и во поглед на бројот на сместувачки единици и во поглед на бројот на лежаи).

Табела 25 Видови категоризирани објекти во Република Србија, број на сместувачки единици и број на лежаи (состојба јуни 2017 година)

Видови објекти	Број на сместувачки единици	Број на лежаи
Гарни хотели *	30	50
Гарни хотели **	361	590
Гарни хотели ***	893	1.565
Гарни хотели ****	1.067	1.613
Гарни хотели *****	18	21
Мотели *	86	137
Мотели **	30	53
Мотели ***	84	171
Пансиони *	20	32
Пансиони **	39	59
Пансиони ***	37	62
Туристички населби ***	48	96
Туристички населби ****	160	328
Апартманска населба **	26	107
Хотели *	1.263	2.293
Хотели **	2.025	3.527
Хотели ***	4.301	7.250
Хотели ****	5.746	8.764
Хотели *****	1.124	1.446
Апарт хотели **	221	703
Апарт хотели ****	97	198
Марина – 3 сидра	8	16
Вкупно	17.684	29.081

Извор: Податоци од Министерство за трговија, туризам и телекомуникации на Република Србија, достапно на <http://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/?lang=lat> (обработено од страна на авторот)

Во Стратегијата за развој на туризмот на Република Србија за период 2016-2025-година (2016) се наведува дека „и покрај тоа што дошло до зголемување на сместувачките капацитети во хотелите, евидентно е намалување на просечниот број сместувачки единици и лежаи по објект, со оглед на трендот на изградба на објекти со помал број сместувачки единици, односно лежаи“ (стр. 17).

Сместувачките капацитети во регионот на Јужна и Источна Србија, во поглед на квалитетот, доста заостануваат зад сместувачките капацитети во другите региони, пред с'е

зад сместувачките капацитети во Белградскиот регион и во регионот на Војводина. Угостителските објекти за сместување и исхрана треба да преземаат активности во поглед на подобрување на квалитетот низ воведување меѓународни стандарди за сместување, подготвување и послужување храна и пијалак. Покрај тоа, активностите на овие објекти треба да бидат усмерени кон подобрување на квалитетот на промоција, резервација и наплата на сместувањето.

Според податоците на Министерството за трговија, туризам и телекомуникации на Република Србија кои се однесуваат на јуни 2017 година, во регионот на Јужна и Источна Србије постојат 68 категоризирани угостителски објекти, во кои има вкупно 2.853 сместувачки единици и 4.845 лежаи. На основа на претходно наведените податоци може да се воочи дека од категоризираниите објекти доминираат хотели и тоа хотели со три ѕвезди, потоа хотели со две ѕвезди, хотели со четири ѕвезди и гарни хотели со две и три ѕвезди.

Табела 26 Видови категоризирани објекти во регионот на Јужна и Источна Србија, број на сместувачки единици и број на лежаи (состојба јуни 2017)

Вид на објект	Категорија на објектите	Број на сместувачки единици	Број на лежаи
Гарни хотели	*	12	21
	**	164	272
	***	192	339
	****	12	18
Мотели	*	19	29
	***	50	113
Хотели	*	226	433
	**	856	1.422
	***	680	1.160
	****	642	1.038
Вкупно		2.853	4.845

Извор: Податоци од Министерството за трговија, туризам и телекомуникации на Република Србија, достапно на <http://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/?lang=lat> (обработено од страна на авторот)

Во регионот на Јужна и Источна Србија, кога се во прашање категоризирани објекти, постојат: 1 гарни хотел со една ѕвезда; 9 гарни хотели со две ѕвезди; 9 гарни хотели со три ѕвезди; 1 гарни хотел со четири ѕвезди; 2 мотела со една ѕвезда; 1 мотел со три ѕвезди; 4 хотели со една ѕвезда; 14 хотели со две ѕвезди; 16 хотели со три ѕвезди и 11 хотели со четири ѕвезди.

На основа на податоците од табелата 27 се гледа дека најмногу категоризирани угостителски објекти има градот Ниш (22), потоа Пирот (6), Лесковац (4), Врање, Заечар и Сокобања (3), Бор, Кладово, Књажевац, Пожаревац (2). Сите останати градови и општини во регионот кои се наведени во табелата имаат по еден категоризиран угостителски објект.

Покрај тоа, треба да се напомене дека во регионот на Јужна и Источна Србија постои голем број некатегоризирани објекти.

Табела 27 Број и вид на категоризирани објекти во поедини градови и општини од регионот Јужна и Источна Србија (состојба јуни 2017)

Место	Гарни хотел				Мотел			Хотел			
	*	**	***	****	*	**	***	*	**	***	****
Алексинач	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Болевац	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Бор	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Велика Плана	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
Велико Градиште	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Владичин Хан	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Врање	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2	-
Врањска Бања	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
Голубац	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
Димитровград	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Доњи Милановац	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
Ждрело	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Заечар	-	1	-	-	-	-	-	-	2	-	-
Кладово	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Књажевац	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Куршумлија	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Лесковац	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1
Мајданпек	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Неготин	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Ниш	1	4	6	1	-	-	-	1	1	3	5
Пирот	-	1	1	-	-	-	-	-	3	-	1
Пожаревац	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-
Пролом Бања	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Предејане	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Свилајнац	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
Сијаринска Бања	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
Смедерево	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Сокобања	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2	-
Сурдулица	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-

Извор: Податоци од Министерството за трговија, туризам и телекомуникации на Република Србија, достапно на <http://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/korisne-informacije-turisticki-promet-srbija-kategorizacija/?lang=lat> (обработено од страна на авторот)

Сместувачките капацитети и капацитетите за исхрана претставуваат еден од најважните фактори на понудата. Понудата за сместување во регионот на Јужна и Источна Србија треба да биде диверзификувана, што ќе придонесе за подобрување на квалитетот на вкупната туристичка понуда. Последните неколку години се интензивира изградба на нови и реконструкција на постоечките угостителски објекти за сместување и исхрана.

2.5. Согледување на структурата на туристичката понуда во настанот на туристичкиот пазар

Поволната туристичко - географска положба, добрата сообраќајна поврзаност, богатите природни туристички вредности (геоморфолошки, хидрографски, климатски, растителниот и животинскиот свет), богатите антропогени туристички вредности (голем број споменици на културата, археолошки наоѓалишта, знаменити места, просторни културно - историски целини, како и бројни манифестации) поттикнувачки делуваат на креирање на туристичката понуда во дестинациите на регионот на Јужна и Источна Србија.

Ограничувачките фактори во процесот на креирање на туристичката понуда и развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија се однесуваат на високо учество на населението старо 60 и повеќе години во вкупниот број жители. Овој регион го карактеризира длабока демографска старост, што претставува еден од ограничувачките фактори во развојот. Покрај тоа, евидентно е високо учество на население со основно и непотполно основно образование, а ниско учество на население со високо образование. За креирање на квалитетна и атрактивна туристичка понуда многу е важна добра развиеност на сообраќајната инфраструктура, туристичката инфраструктура и супраструктура. Во овој регион нивото на развиеност на инфраструктурата не е задоволително. Тоа бара посебно внимание, планирање и реализација на активности во тие области како дестинациите на регионот на Јужна и Источна Србија би настапиле на туристичкиот пазар со подобра туристичка понуда. Покрај тоа, неопходна е континуирана едукација на кадри во областа на туризмот и поинтензивна промоција на туристичката понуда.

За креирање на квалитетна туристичка понуда и соодветен настап на домашниот и меѓународниот туристички пазар, потребно е да се искористат сите поттикнувачки фактори, а да се елиминира или ублажи дејството на ограничувачките фактори во развојот на туризмот. Во современите услови посебно е значајно постојано унапредување на туристичката понуда, истражување на потребите и барањата на современиот турист и креирање на туристички производи кои се во склад со тие потреби и барања.

2.6. Карактеристики на управувањето со туристичките дестинации во Јужна и Источна Србија

Локалното население; посетители/туристи; туристичкото стопанство; јавниот сектор и останатите учесници претставуваат главни учесници во развојот на туристичката дестинација (Попеску, 2016). Процесот на управување со туристичката дестинација бара

анализа на интерното и екстерното опкружување и на основа на тоа идентификација на интерните предности и недостатоци, како и идентификација на можностите и опасностите од екстерното опкружување. Успехот во процесот на управување со туристичката дестинација бара соработка на организациите и стопанските субјекти кои имаат заедничка цел и усогласени насоки за развој. Потребно е, значи, да се создаде управувачки систем кој ќе овозможи активен однос кон туризмот, со почитување на принципот на одржлив развој, а со цел подобрување на конкурентноста. Тој успех во голема мера зависи од соработката и партнерството меѓу јавниот и приватниот сектор. За управување со дестинацијата неопходни се стратешки и плански документи. Неопходно е воспоставување цврста соработка меѓу јавниот и приватниот сектор, каде е важно создавање адекватни услови за подобрување на конкурентската предност на регионот. Клучните активности треба да се однесуваат на планирање на развојот на дестинацијата, дефинирање и реализација на приоритетите во развојот на дестинацијата, координација на дестинацискиот маркетинг и промоција, едукација, и слично. Сите тие активности треба да ја зголемат конкурентноста на туристичката дестинација.

Во регионот на Јужна и Источна Србија со дестинациите управуваат локалните туристички организации. Според Законот за туризам („Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 - др. закон, 93/2012 и 84/2015) една од задачите на туристичките организации во единиците на локалната самоуправа е координација на активностите и соработка меѓу стопанските и другите субјекти во туризмот кои непосредно и посредно делуваат на унапредување на развојот и промоцијата на туризмот и на програмите на едукација и усовршување на вештини на вработените во туризмот. Покрај тоа, една од нивните задачи е изработка или учество во изработка, како и реализација на домашните и меѓународните проекти од областа на туризмот. Туристичките организации во регионот, меѓутоа, често се занимаваат само со промотивни активности. Нивните активности се главно насочени на маркетинг и промоција. Факт е дека туристичките организации во регионот на Јужна и Источна Србија се соочуваат со бројни проблеми и во такви услови не можат значајно да придонесат за развој на туризмот на конкретно подрачје. Некои од главните проблеми се однесуваат на скромни финансиски средства, непостоење јасни и мерливи цели во поглед на развојот на туризмот, недостаток на адекватни кадри од областа на туризмот и слично. Поедини туристички организации во регионот успешно управуваат со туристичките дестинации. Тоа се обично туристички организации од најразвиените туристички дестинации во регионот. Повеќето други туристички организации би требало поефикасно и поефективно да ги извршуваат управувачките активности како конкретните дестинации би имале подобар

развој и подобра позиција на туристичкиот пазар. Активностите на управување со туристичката дестинација треба да се извршуваат во склад со Законот за туризам, Стратегијата за развој на туризмот, Стратегиските мастер планови, Стратегиските маркетинг планови и различните програми за развој на туризмот.

Авторот Јегдић (2010) наведува дека: Основна преокупација на дестинацискиот менаџмент мора да биде пронаоѓање склад меѓу економските, еколошките и општествените цели на развојот. Затоа е неопходно воспоставување рамнотежа меѓу желбите, интересите и потребите на туристите и локалното население, од една страна, и природното опкружување и инфраструктурата, од друга страна. Клучни показатели на квалитетот на управување со дестинацијата треба да бидат: задоволство на туристите, задоволство на носителите на понуда, квалитет на животот на локалното население и квалитет на животната средина (стр. 2).

Добар пример на ниво на земјата претставуваат активностите на Туристичката организација на регијата на Западна Србија (единствена формална регионална туристичка организација на подрачјето на Република Србија) кои се насочени кон развојот и унапредувањето на туризмот во регијата на Западна Србија. Создавање на таква регионална туристичка организација на подрачјето на Јужна и Источна Србија во голема мера би го унапредило квалитетот на туристичката понуда и развојот на туризмот во регионот.

3. Промоција на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија

Претпријатијата од туристичкото стопанство, органите и организациите кои координираат со развојот на туризмот на различни нивоа, комуницираат со потенцијалните потрошувачи преку промотивните активности. Цел на промотивните активности низ тој процес на комуницирање е влијание на ставовите и однесување на потенцијалните потрошувачи. Промотивните активности во одредена мера влијаат на сите фази на туристичкото патување (Попеску, 2013).

Промоцијата во туризмот е многу важна како туристите би се информирале за туристичката понуда на конкретна дестинација и би поттикнале на донесување одлуки за туристичкото движење кон таа дестинација. Нејзината улога се огледа во создавање одредена побарувачка на основа на позитивниот став кон производите и услугите во туризмот.

На слика 29 наведени се фазите на процесот на планирање и создавање програма на промотивни активности. При планирањето и реализацијата на промотивните активности

мора да се имаат во предвид сите фактори кои влијаат на програмата за промоција на поедини видови туризам. Анализата на влијанијата на сите релевантни фактори овозможува создавање адекватна програма на промоција на поедини видови туризам на конкретно подрачје.

Слика 29 Фази на создавање програма за промотивни активности



Извор: Преземено од Попеску, 2013, стр. 151.

Во процесот на планирање и реализација на промотивните активности во регионот на Јужна и Источна Србија многу е важно да се води сметка за хетерогеноста на туристичката побарувачка, односно за големиот број потрошувачи кои имаат различни барања. Тоа подразбира примена на стратегија за сегментација на пазарот и диференциран пристап во планирањето и реализацијата на промотивните активности. Диференциран пристап е неопходен и поради разновидниот потенцијал со кој регионот на Јужна и Источна Србија располага и можностите за развој на различните видови туризам. Промоцијата на секој од селективните видови туризам за кој постои можност за развој на ова подрачје треба да се прилагоди на одреден сегмент на туристичкото побарување.

3.1. Анализа на промотивните активности во Јужна и Источна Србија во изминатиот десетогодишен период

Во многу места во регионот Јужна и Источна Србија во минатиот период често не се реализирани маркетинг и промотивни активности поради непостоење соодветни стратегии за развој на туризмот, цели за развој, маркетинг цели, адекватни кадри и недоволниот буџет за промоција. Последните години се создаваат услови за поинтензивна реализација на маркетинг активностите. Најзначајни носители на промотивните активности се туристичките организации, но и туристичките агенции и поединечни туристички претпријатија.

Туристичките организации с'е повеќе работат на изработка на публикации, брошури, каталози, постери, проспекти, водичи, разгледници и друг промотивен материјал со препорака на туристички мотиви во конкретно место. Овој материјал се подготвува и печати на српски и англиски јазик. Туристичките организации го користат овој материјал на саемице во земјата (меѓународни саеми на туризмот во Белград, Нови Сад, Крагуевац и Ниш) и регионот, како и на други туристички манифестации и настани. Учеството на саемице и огласувањето во медиумите е главно во склад со ограничените можности. Покрај тоа, за најатрактивните туристички дестинации се снимаат пропагандни туристички филмови, кратки спотови и се прават анимирани презентации. Многу е важен и развојот на соодветната сувенирска програма. Оригинални и квалитетни сувенири претставуваат исклучително значаен дополнителен промотивен материјал на туристичките дестинации.

Последните години туристичките вредности на конкретни дестинации с'е повеќе се промовираат на интернет, преку web презентации и популарните социјални мрежи. Повеќе локални туристички организации во регионот имаат web презентации на српски и англиски јазик. Немаат сите туристички организации, меѓутоа, квалитетно дизајнираните web презентации, се со структура која на најдобар начин ги прикажува соодветните содржини. Со оглед на тоа дека web презентациите имаат големо значење во информирањето и донесувањето одлуки за избор на дестинација, важно е квалитетно да се дизајнираат и редовно да се ажурираат податоците. Во современите услови с'е повеќе е присутна промоција на туристичките дестинации и нивната содржина преку социјалните мрежи. Промоцијата на одредени дестинации во регионот преку интернет и социјалните мрежи постигнува исклучително значајни резултати во поглед на туристичкиот промет и создавање позитивна слика за дестинацијата. Такви резултати главно постигнуваат најатрактивните и најпосетените дестинации во регионот. По углед на нив, помалку познатите и посетени дестинации би требало да планираат и реализираат промотивни активности. Тоа се

дестинации кои, исто така, располагаат со атрактивни природни и антропогени туристички вредности, но тие вредности не се доволно и на вистински начин промовирани.

Многу дестинации од регионот Јужна и Источна Србија, и покрај извонредните туристички вредности, не се препознатливи на домашниот и меѓународниот туристички пазар. Тоа е во голема мера поради неадекватните и недоволно промотивни активности. Причина за тоа се неадекватни кадри и недоволен буџет за промоција. Многумина не го препознаваат регионот како атрактивна туристичка дестинација и немаат претстава за туристичкиот потенцијал на регионот. Затоа во наредниот период е потребно да се пристапи кон изработка на маркетинг планови на дестинациите кои ќе дадат насоки за натамошна реализација на промотивните активности. Потребно е поинтензивно огласување во сите медиуми (посебно електронските), поактивно учество на саемице и другите туристички манифестации и формирање информативни центри во местата во кои нема.

3.2. Истражување на носителите на туристичка промоција

Промоцијата ги претставува сите активности кои имаат за цел да го олеснат и забрзаат прифаќањето на производот или услугата од страна на потрошувачот. Нејзината основна улога се согледува во создавање позитивен став кај потрошувачот кон производите и услугите. Промотивните активности во туризмот имаат одредени специфичности во однос на промотивните активности кога се во прашање други пазари. Тие специфичности се резултат на специфичностите на туристичкиот пазар. Значењето на промоцијата посебно го истакнува фактот дека на туристичкиот пазар, како пазар на услуги, побарувачката е насочена кон понудата, за разлика од стоковите пазари (Попеску, 2002).

Носителите на туристичката промоција во регионот на Јужна и Источна Србија се туристичките организации на градовите и општините, различни центри (најчесто за култура и туризам), како и претпријатија од областа на туризмот. Нивната улога се согледува во промоција на туристичките вредности на дестинациите, обезбедување на информативно - пропаганден материјал, истражување на пазарот и воспоставување соработка со локалните партнери со цел унапредување на развојот на туризмот. Сите нивни активности треба да обезбедат подобра позиција на туристичките дестинации на домашниот и меѓународниот пазар и поголем број доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи. Многу туристички организации, меѓутоа, се соочуваат со различни проблеми во овие области. Во поедини места се наоѓаат и информативни центри во кои може да се добијат сите информации за туристичките дестинации и да се купат различни книги, брошури, мапи,

разгледници, сувенири чија содржина се однесува на туристичките вредности на конкретна туристичка дестинација.

Табела 28 Туристички организации по окрузи во регионот на Јужна и Источна Србија

Округ	Туристички организации
Браничевски округ	Туристичка организација Велико Градиште
	Туристичка организација на град Пожаревац
	Туристичка организација на општина Мало Црниќе
	Туристичка организација Голубац
	Туристичка организација Жабари
	Туристичка организација на општина Петровац на Млава
	Туристичка организација Кучево
	Туристичка организација на општина Жагубица
Борски округ	Туристичка организација на град Смедерево
	Општинска туристичка организација Смедеревска Паланка
	Туристичка организација на Велика Плана
Борски округ	Туристичка организација на општина Кладово
	Туристичка организација на општина Мајданпек
	Туристичка организација на општина Неготин
	Туристичка организација Бор
Заечарски округ	Туристичка организација Заечар
	Туристичка организација на општина Болевац
	Туристичка организација Књажевац
	Организација за туризам и култура Сокобања
Нишавски округ	Туристичка организација Ниш
	Туристичка организација Алексинац
	Туристичка организација на општина Долевац
	Центар за туризам, култура и спорт Сврлиг
	Туристичка организација на општина Гаџин Хан
Пиротски округ	Туристичка организација Пирот
	Туристичка организација Бела Паланка
	Туристичка организација Димитровград
	Туристичка организација на општина Бабушница
Топлички округ	Туристичка организација Прокупле
	Туристичка организација Блаце
	Туристичка организација на општина Куршумлија
Јабланички округ	Туристичка организација Лесковац
	Туристичка организација на општина Власотинце
	Туристичка организација на општина Бојник
	Туристичка организација на општина Лебана
	Туристичка организација на општина Медвеѓа
Пчињски округ	Туристичка организација Владичин Хан
	Туристичка организација на општина Сурдулица
	Туристичка организација на град Врање
	Туристичка организација на општина Бујановац

Извор: Туристичка организација Србије, достапно на <http://www.serbia.travel/korisne-informacije/turisticke-organizacije-i-agencije/lokalne-turisticke-organizacije.2092.html> (обработено од страна на авторот)

Во табела 28 наведени се туристичките организации по поедини окрузи во регионот на Јужна и Источна Србија. Сите градови во регионот, како и најголемиот број општини имаат туристички организации. Во повеќе места, меѓутоа, туристичките организации се соочуваат со различни проблеми кои го ограничуваат придонесот на туристичките организации во поттикнувањето на развојот на туризмот на конкретното подрачје.

Како што е наведено во Стратегијата за развој на туризмот на Република Србија за периодот 2016-2025 (2016), средства за работа на туристичките организации за промоција на туризмот се обезбедуваат од: приходи остварени со извршување дејности и од други сопствени приходи; донации, прилози и спонзорстава од домашни и странски правни и физички лица; средства од буџетот на Република Србија; средства од буџетот на единиците на локалната самоуправа и други извори во склад со законот (стр. 61).

3.3. Одредување форми на промотивни активности

Промените во однесувањето на потрошувачите, с'е поголемата конкуренција, растот на вложувањата во промотивните активности и развојот на медиумите довеле последните години до промени во начинот на промоција и новите пристапи во промоцијата. Обемот и структурата на промотивните активности зависат од носителите на туристичката понуда, но и од соодветниот сегмент на побарувањето.

Авторот Попеску (2013) истакнува дека „основните инструменти на промотивниот микс во туризмот можат да бидат поделени на техники на масовни и директни комуникации. Во техники на масовни комуникации спаѓаат: туристичка пропаганда, односи со јавноста и публицитет, унапредување на продажбата и спонзорство. Во техники на директни комуникации спаѓаат: лична продажба, директен маркетинг и Интернет маркетинг“ (стр. 158-159).

Стопанската пропаганда како облик на промоција има за цел да пренесе информација, развие склоност и поттикне на акција во корист на производот и услугата на претпријатието. Тоа е платен облик на масовно комуницирање (Аврамовиќ & Поповиќ, 2016). Авторот Попеску (2013) ги дефинира средствата за туристичка пропаганда како начин на кој пропагандната порака се пренесува на потенцијалните потрошувачи. Овој автор средствата на туристичката пропаганда ги дели на: „визуелни средства (пренесување пропагандна порака со текст и слика); аудитивни средства (пренесување пропагандна порака со говор и звук); комбинирани средства за пренесување пропагандна порака со заедничко делување на сетилата за вид и слух “ (стр. 161). Во поширока смисла средствата на

туристичката пропаганда се делат на: графички или печатени средства (туристички публикации, проспекти, туристички карти, разгледници и слично); електронски средства (радио, телевизија, Интернет, презентации, туристички филмови); надворешни средства (подвижни и неподвижни).

Односите со јавноста имаат важна улога во создавање општа слика и позитивни ставови за туристичкиот производ, туристичкото претпријатие или туристичката дестинација. Тоа се постигнува преку конференции за печат кои се организираат во врска со важни случувања во областа на туризмот; преку студиски патувања за претставниците на туристичките претпријатија, туристичките агенции, сообраќајните претпријатија, за претставниците на новинарите и слично; како и преку новинари, сниматели, фоторепортери кои во голема мера можат да влијаат на создавање општа слика и позитивни ставови за туристичкиот производ, туристичкото претпријатие или туристичката дестинација.

Ширење информации или пораки за даден субјект, преку медиуми за масовно комуницирање, без посебен надомест за отстапен простор и време во тие медиуми претставува **публицитет** (Аврамовиќ & Поповиќ, 2016).

Спонзорство е посебен облик на промоција. Преку спонзорството, спонзорите можат да комуницираат со потрошувачите. Ефектите од промоцијата се поголеми доколку спонзорираниот настан медиумски е покриен, бидејќи на тој начин пораката на спонзорот доаѓа до широкиот аудиториум.

Унапредување на продажбата е облик на реализација на промотивни активности кој може да биде насочен кон потрошувачите, посредниците или на продажниот персонал и има за цел поттикнување на продажбата на туристичките производи или услуги. Активностите за унапредување на продажбата се реализираат во вид на подароци, наградни игри, попусти во цената, продажба со купони и слично. Цел е да се поттикне брза реакција кај потрошувачите и да се остварат непосредни ефекти.

Лична продажба е облик на промотивни активности кој подразбира непосреден контакт меѓу продавачот и потрошувачот (контакт лице в лице). Предностите на овој облик на промотивни активности се соогледуваат во можностите за директно согледување на потребите и барањата на потрошувачите, на основа на кои се врши промоција на туристичките производи или услуги.

Директен маркетинг е облик на промотивни активности кој се однесува на стапување во контакт со потрошувачите директно, без посредници. Тој се постигнува по пат

на испраќање материјал по пошта или со порака на мобилен телефон, преку телефонски разговори, интерактивна телевизија и слично.

Во современите услови *Интернет маркетингот* има посебно важна улога во туризмот. Промотивните активности на Интернет се реализираат по пат на различни презентации, користење електронска пошта, користење социјални мрежи и други облици на користење на Интернет во реализација на промотивните активности.

Усната пропаганда е специфичен облик на промоција кој има големо влијание на донесување одлуки за користење туристички производи или услуги. Во прашање е процес на комуникација во тек на кој се пренесуваат искуства од страна на оние кои биле непосредни корисници на туристичките производи или услуги. Она што е специфично е фактот дека се работи за комуникација меѓу потрошувачите кои немаат комерцијален интерес за промоција на туристичкиот производ или услуга.

3.4. Одредување канал на дистрибуција

Каналите на дистрибуција претставуваат еден од инструментите на маркетинг миксот. Каналите на дистрибуција ги чинат поединци и организации кои го насочуваат текот на движење на производот и услугата од произведувачот до крајниот потрошувача. За да се избере каналот на дистрибуција кој ќе ги задоволи потребите на потрошувачот, но и ќе обезбеди конкурентска предност на туристичкиот производ или услугата, потребно е посебно внимание да се посвети на улогата на дистрибуцијата, како и изборот на каналот на дистрибуција и бројот на посредници.

Индиректната продажба во туризмот подразбира присуство на каналот на дистрибуција (канал на продажба), односно присуство на еден или повеќе посредници меѓу производителот на туристички производи или услуги и крајните потрошувачи. Хетерогеноста која е присутна на туристичкиот пазар условува појава и присуство на голем број различни канали на дистрибуција (канал на продажба). Во втората половина на XX век бил застапен традиционалниот дистрибутивен систем во туризмот. Кон крајот на XX и почетокот на XXI век се појавил поголем број електронски канали на продажба.

Авторот Попеску (2013) наведува дека „како посредници во продажбата на производите од претпријатијата од туристичкото стопанство можат да се јават: претставништва на хотелски компании, туристички агенции, организатори на патувања, конзорциуми, глобални дистрибутивни системи, национални, регионални, локални туристички организации, туристички информативни центри, авио компании, независни

компјутеризирани резервациски системи, односно Интернет посредници и слично“ (стр. 183).

Важна задача за производителите на туристички производ или услуги е на основа на поставените маркетинг цели, маркетинг стратегии и план на маркетинг активности, да направат избор од соодветни канали за дистрибуција (канали на продажба) преку кои конкретните производи или услуги ќе дојдат до одбраните групи потрошувачи. Одлука за избор на канал за дистрибуција (канал на продажба) се донесува на основа на претходно согледаните карактеристики на потрошувачите, производите, посредниците во продажбата, конкуренцијата и вкупното опкружување. Покрај тоа, потребно е да се изврши анализа на трошоците во однос на секој посредник во каналите на продажба. Адекватен избор на канали на дистрибуција (канал на продажба) овозможува ефикасна дистрибуција на производот или услугата до крајните потрошувачи.

3.4. Промоција на брендирано производство

Потрошувачите с'е повеќе бараат производи кои се посебни и кои се издвојуваат по нешто. Брендираните и заштитени производи се посебно интересни. Тие во голема мера создаваат препознатлива слика на подрачјето од кое потекнуваат и можат да придонесат за развојот на туризмот, како и вкупниот развој на подрачјето.

Во сложените современи услови кај создавањето успешна туристичка дестинација посебно е значајна свеста на корисникот за брендот. Брендот на одреден начин ветува дека корисниците ќе ја добијат очекуваната вредност (Штетих, Шимичевић & Ницић, 2009).

Авторот Попеску (2016) во својот труд наведува: брендот во себе треба да содржи ветување и силен сет асоцијации кои поединците ги имаат во однос на производот. Од овој сет се формираат и очекувањата на луѓето во однос на производот. Брендот е суштина на производот која го прави различен во однос на останатите производи, односно претставува конкурентски идентитет на самиот производ. Процесот на глобализација, с'е поголемата распространетост и бројот на брендови на пазарот, прават потрошувачите да станат посостигнати во своите барања, што се изразува и низ избор на брендови кои на некој начин го одредуваат нивниот идентитет (стр. 223). Брендирањето им помага и на купувачите и на потрошувачите. Брендот им помага на потрошувачите да идентификуваат квалитетен производ и полесно да донесат одлука за користење. Гледано од аспект на производителот, брендот создава одговорност на производителот за нивните перформанси (Almeyda-Ibanez & George, 2017).

Изградбата на самиот бренд може да се разгледува низ пет основни фази: (Попеску, 2016, стр. 233):

- Истражување на имиџот, анализа и стратемиски препораки;
- Развој на идентитетот на брендот;
- Креирање на брендот;
- Воведување на брендот и комуницирање;
- Управување со брендот.

Брендирање на дестинацијата е процес на развојот на единствениот идентитет на туристичката дестинација. Тоа е и процес на комуникација со посетителите или туристите низ користење на имиња, симболи, дизајн или нивните комбинации. Таква комуникација има за цел создавање позитивна слика за дестинацијата кај посетителите или туристите (Аћуја, 2014).

Една од стратемските цели на развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија е брендирање на регионот како туристичка дестинација, но и брендирање на поедини места како туристички дестинации во регионот. Тоа е долготраен процес кој има за цел унапредување на конкурентноста на туристичките дестинации, подобрување на нивната позиција на туристичкиот пазар, поголема препознатливост, создавање и подобрување на имиџот, поголем туристички промет и слично.

За промоција на брендираните производи треба да се планира поголем буџет и адекватна комбинација на инструментите на маркетинг миксот, со оглед на значењето кое брендираните производи го имаат за одредено подрачје. Потребно е да ја одржуваат и јакнат промоцијата на брендираните производи на постоечките пазари и со соодветна комбинација на маркетинг миксот да се настапи на нови пазари. Неопходно е, исто така, постојано да се пратат ефектите на промоцијата на одреден пазар и да се коригираат постоечките маркетинг активности ако тоа е потребно.

Многу дестинации користат производи кои се заштитени како основа за привлекување на поголем број туристи од земјата и странство. Брендираните производи се своевидни промотори на своите подрачја. Покрај развојот на брендот на самите производи, во многу земји постојат музеи за брендираните производи, се организираат обиколки и настани кои се поврзани со производството и дегустацијата на брендираните производи, како и настани кои се посветени на овие производи (Ђорђевиќ, Илиќ, Цониќ & Стаменковиќ, 2014).

На подрачјето на регионот на Јужна и Источна Србија постојат повеќе производи со регистрирано име за потеклото, како што се лесковачкото месо на скара, сврлишкиот

кашкавал, хомолскиот мед, старопланинскиот кашкавал, сврлишкиот белмуж, лесковачкиот ајвар, пиротскиот кашкавал. Лесковац е град кој има два национални брэнда: лесковачки ајвар и лесковачко месо на скара. Овие производи го привлекуваат вниманието на туристите кои посетуваат дестинации за кои се врзуваат. Туристите во текот на својот престој на дестинацијата сакаат да ги дегустираат овие производи, но и да го следат процесот на нивното произведување.

V ИСТРАЖУВАЊЕ НА МОЖНОСТИ ЗА СЕЛЕКТИВЕН РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

Кога се во прашање масовниот туризам и селективните видови туризам, авторот Јовановиќ (2015) истакнува: без оглед на очигледните разлики, во современиот туризам било да е збор за масовен туризам или селективни видови туризам, постојат нивни заеднички цели, како што се: обезбедување на прикладно ниво на развој; заштита на интересот на локалното население; осигурување на туристичкото доживување и разбирање на оригиналната култура на туристичката дестинација; поттикнување одговорен однос кон животната средина; осигурување на локалниот туристички профит; осигурување на социокултурниот, економскиот и физичкиот склад (стр. 7).

Развојот на селективните видови туризам има за цел задоволување на потребите и барањата на одреден, специфичен сегмент на туристичкото побарување. На страна на туристичката побарувачка е с'е поголем број туристи чии барања се однесуваат на специјализирани одмори и патувања кои треба да ги исполнат специфичните потреби и барања на туристите. За да се постигне успех, во такви услови, потребно е да се идентификуваат таквите потреби и барања на туристите и да им се понуди соодветен туристички производ.

Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат бројни можности за развој на селективните видови туризам, имајќи ја во вид богатата и разновидна ресурсна основа. Таа ресурсна основа, меѓутоа, не е искористена, така да овој регион важи за уште неоткриена туристичка дестинација, без оглед на богатството на природните и антропогените туристички вредности.

1. Критериумска основа за диференцирање на селективните видови во развојот на туризмот

Според предвидувањата на Светската туристичка организација (UNWTO) карактеристика на идниот развој на туризмот ќе бидат специфични туристички производи кои се наменети на поедини сегменти на туристичката побарувачка. Таквите сегменти на побарувањата покажуваат интересирање кон специфичните туристички содржини и активностите. Предвидувањата, значи, укажуваат на тоа дека во наредниот период забрзан раст ќе имаат специфичните видови туризам кои ги карактеризира помал степен на масовност (Работиќ, 2013).

Селективните видови туризам се развиваат во (Штетић, Шимичевић & Ницић, 2009):

- Просторот кој поседува квалитети за развој на овие видови туризам;
- Земјите ги кои имаат тие простори;
- Земјите кои ги препознале своите потенцијали;
- Просторите каде живеат луѓе кои се подготвени да ризикуваат и
- Просторите каде живеат луѓе кои ја препознале шансата во развојот на специфичните видови туризам.

Развојот на туристичкиот пазар, честите и разновидни промени на страна на туристичката побарувачка влијаат на хетерогеноста и диверзификацијата на туристичката понуда. На страна на понудата на селективните видови туризам се наоѓаат производи од туристичките дестинации кои ја нагласуваат единственоста, автентичноста, локалниот контекст и слично. Од друга страна, при креирањата на таквите туристички производи, мора да се имаат во предвид специфичните барања и потреби на современите туристи. При позиционирањето на туристичката дестинација и нејзините производи на пазарот, мора да се нагласува фактот дека дестинацијата со своите производи се разликува од другите дестинации. За развој на специфичните видови туризам многу е важно да се идентификуваат сите фактори кои можат да имаат влијание на тој развој, како и нивните позитивни или негативни ефекти.

При развојот на селективните видови туризам мора да се согледаат (Штетић, Шимичевић & Ницић, 2009):

- Значењето и улогата на државните органи и локалната средина;
- Менаџментот на туристичката дестинација;
- Стратегија за развој на туристичката дестинација;
- Можноста за финансиска поддршка;
- Одржлив развој на туристичката дестинација;
- Ниво на едукација и тренинг на сите вработени на туристичката дестинација;
- Социо - економското влијание на развојот на туризмот на локалната средина.

Природните и антропогените туристички ресурси кои поседуваат повеќе атрактивни својства создаваат основа за креирање на различни туристички производи и овозможуваат развој на повеќе специфични видови туризам. За издвојување на селективните видови во развојот на туризмот, многу е важно познавањето на карактеристиките на природните и антропогените туристички вредности, како и нивната валоризација. Од природните туристички вредности се издвојуваат геоморфолошките, климатските, хидрографските и

биогеографските вредности. Во регионот на Јужна и Источна Србија, од природните туристички вредности, посебно значење за развој на селективните видови туризам имаат планините, клисурите, кањоните, пештерите, јамите, климата со своите елементи, реките, езерата, термоминералните извори, гезјирите, застапеноста на растителните и животинските видови. Покрај природните туристички вредности, за туристичката атрактивност на просторот придонесуваат и антропогените туристички вредности кои настанале под влијание на човековата активност. Кога се во прашање антропогените туристички вредности, вниманието на туристите го привлекуваат етнографските туристички вредности кои се однесуваат на специфичностите на начинот на живот на некој простор, како и на материјалната и нематеријалната култура на народот на тој простор. Покрај тоа, во рамките на антропогените туристички вредности се издвојуваат културно - историското наследство (споменици на културата, археолошки локалитети, просторни културно - историски целини и знаменити места), како и манифестациски туристички вредности. Богатството на природните и антропогените туристички вредности во регионот Јужна и Источна Србија треба да се искористи за креирање на туристички производи који ќе ја нагласуваат специфичноста на просторот и ќе привлечат внимание и интерес на потесните сегменти на туристичката побарувачка. Овие туристички вредности претставуваат, значи, основа за планирање и развој на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. Специфичностите на природните и антропогените туристички вредности со кои располага регионот на Јужна и Источна Србија наведени се и објаснети во третото поглавје на докторската дисертација кое се однесува на аксиолошкиот пристап во третманот на ресурсната основа за селективен развој на туризмот во Јужна и Источна Србија.

2. Одредување на носителите на развојот на туризмот кон селективностите во туристичката дестинација

Авторот Убавић (2015) истакнува дека „Основна цел на современата туристичка политика е осигурување на динамичниот и складен туристички развој, кое ќе овозможи максимално задоволување на потребите на домашните и странските туристи и побрз целокупен развој на земјата“ (стр. 20). Овој автор нагласува дека државата мора да има многу активна улога во туристичкиот развој, посебно ако се работи за земјите чии стопанства се наоѓаат во транзиција. Според него, степенот на согледување на значењето на креирањата и реализацијата на туристичката политика во голема мера влијае на развој на туризмот. Факт е дека неадекватната туристичка политика оставила последици во многу

туристички недоволно развиени земји. Тие последици се чувствуваат како на национално и регионално, така и на локално ниво (Убавић, 2015).

Важна улога во развојот имаат регионалните стопански комори кои ги застапуваат заедничките интереси на стопанските субјекти со цел креирање на адекватни услови на стопанисување. Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат Регионална стопанска комора Заечар, Регионална стопанска комора Лесковац, Регионална стопанска комора Ниш, Регионална стопанска комора Пожаревац, кои се дел од Коморскиот систем на Србија.

„Регионалните развојни агенции се значајни организации за развој на туризмот, имајќи ги во предвид нивните капацитети за мобилизација и имплементација на донаторските средства и проекти, имаат развојна функција, често користејќи различни развојни и иновативни пристапи“ (Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016 - 2025, 2016, стр. 63). Регионалните развојни агенции имаат важна улога во развојот на туризмот како стопански друштва кои извршуваат активности насочени кон унапредувањето на регионалниот развој. Нивната улога се согледува во подготовка и реализација на развојните документи на ниво на регионот и единиците на локалната самоуправа; во подготовката и реализацијата на програмите за стручно усовршување во областа на туризмот; во реализацијата на развојните проекти и слично. Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат следните регионални развојни агенции: Регионална агенција за развој на Источна Србија во Заечар, Регионална развојна агенција „ЈУГ“ во Ниш, Регионална развојна агенција „Браничево - Подунавје“ во Пожаревац, Центар за развој на Јабланичкиот и Пчињског округ во Лесковац.

Посебно значајна улога во информирањето, промоцијата на туристичките потенцијали и туристичките понуди и развојот на туризмот во регионот Јужна и Источна Србија, имаат туристичките организации на единиците на локалната самоуправа. Се смета дека добри резултати во развојот и унапредувањето на развојот на туризмот би биле постигнати доколку во регионот на Јужна и Источна Србија би се формирала регионална туристичка организација. Дobar пример за тоа претставува Туристичката организација на регијата Западна Србија, прва регионална туристичка организација во Србија која постигнува одлични резултати. Покрај туристичките организации, значајна е улогата и на туристичките и угостителските претпријатија и туристички агенции.

Постоењето на Мастер планови за развој на конкретни туристички дестинации е многу важно. Изработката на мастер планови во туризмот, меѓутоа, е специфична. Таа специфичност произлегува од мултидисциплинарниот пристап во истражувањето и сеопфатното согледување на условите на просторот на конкретната туристичка дестинација.

Покрај тоа, мора да се уважат интересите на сите заинтересирани субјекти во туризмот (Мастер план туристичке дестинације „Стиг - Кучајске планине - Бељаница“, 2007). Република Србија за клучните дестинации изработила Мастер планови за развој. Некои од дестинациите за кои се изработени Мастер планови за развој се наоѓаат на територијата на Источна Србија и тоа се следните дестинации: Сокобања, Стара Планина, Патот на римските цареви, Долно Подунавје, Стиг, Кучајски Планини, Бељаница, Власина (Источна Србија – још увек неоткривена, <http://www.raris.org/download/publikacije/Turizam.pdf>).

Во Мастер планот на туристичката дестинација „Стиг - Кучајски Планини - Бељаница (2007) се истакнува дека „со оглед на значајните природни и културни потенцијали, туризмот треба да биде еден од носителите на стопанскиот развој на подрачјето „Стиг - Кучајски Планини - Бељаница“, а во поедини општини и главен носител на развојот. Како таков, туризмот треба да го подигне нивото на стандардот и квалитетот на животот на локалното население (стр. 7). „Разгледуваното туристичко подрачје поседува значаен туристички потенцијал во вид на природни и антропогени ресурси разместени на рамничарскиот простор на Стиг и варовничките падини на Кучај и Бељаница. Посебно се истакнуваат следните карактеристики и туристички атракции“ (Мастер план туристичке дестинације „Стиг - Кучајске Планине - Бељаница“, 2007, стр. 2):

- единствен археолошки локалитет Виминациум;
- комплекс „Љубичево“ - атрактивен локалитет на најстарото ергеле во Србија;
- Бељаница - најатраktivната варовничка планина во Источна Србија;
- Кучајски Планини - карактеристични по бројните спелеолошки објекти и специфичните хидролошки појави;
- руралниот простор на кучајско - бељаничкиот крај кој претставува прав „резервоар“ на богатата, недопрена и сочувана природа, како и специфичната фолклорна традиција на месното население.

Како што се наведува во Мастер планот на туристичката дестинација Долно Подунавје (2007) „На база на големиот број високо вредни атракции, туризмот претставува основа на стопанскиот раст и обезбедување на долгорочна благосостојба и квалитет на животот на локалното население“ (стр. 8). Туристичките атракции на „Долно Подунавје“ претставуваат основа за изградба на нов имиџ, а пред с'е столбови за обликување нова туристичка понуда, производи и активности на дестинацијата. Посебно се интересни следните атракции (Мастер план туристичке дестинације „Доње Подунавље“, 2007, стр. 12):

- Дунав низ Ѓердапската клисура;
- Единствен спој на природните убавини и дивиот свет на Националниот парк Ѓердап;
- Места со уредени брегови;
- Археолошкиот локалитет Лепенски вир;
- Римскиот лимес и средновековните утврдувања;
- Винските патишта;
- Панорамските патишта и погледи;
- Дунавските плажи и активности на вода;
- Богато риболовно подрачје;
- Настани на Дунав.

„Развојот на рутата Пат на римските цареви значајно би влијаел на развојот на туризмот во Србија, а посебно во туристичките дестинации Долно Подунавје и Стиг - Кучајските Планини - Бељаница“ (Мастер план културно - историјске руте Пут римских царева, стр. 4). На рутата се наоѓаат значаен број локалитети, како што се: археолошкиот локалитет Медијана, археолошкиот локалитет Феликс Ромулијана, Трајановата табла (која ја поставил цар Трајан), Трајановиот мост (кој го изградил цар Трајан), археолошкиот локалитет Виминациум.

Во Мастер планот на туристичката дестинација Сокобања нагласено е дека природните богатства на Сокобања се многу погодни за развој на планинарење и велосипедизам, но за нивниот успешен развој потребно е да се инвестира во означувањето и уредувањето на планинарските и велосипедските патеки. Покрај тоа, се смета дека на долг рок водечки производ ќе биде wellness производот и на тоа треба да се посвети посебно внимание. Туристичката дестинација Сокобања, исто така, дава идеални услови за престој на помали и средни групи деловни луѓе на помали обуки и семинари (Сокобања - Мастер план туристичке дестинације, 2007). Постојат, исто така, можности за спортски и рекреативни активности. Со цел зголемување на конкурентноста на туристичките производи, активностите мораат да бидат насочени кон развој на инфраструктурата, подобрување на квалитетот, интензивните маркетинг активности.

Благодарение на структурата и квалитетот на понудата во однос на содржините, разновидноста на сместувањето, услугите и слично, Стара Планина ќе стане водечка летна и зимска планинска туристичка дестинација во Југоисточна Европи (План развоја туризма на

Старој планини са прединвестиционом студијом и физичко - техничким карактеристикама скијалишта, 2007).

„Туризмот како генератор на ревитализацијата на животот околу Власинско Езеро и општиот стопански раст ја трансформира Власина во гостољубив и прифатлив простор кој ги рефлектира карактерите на луѓето кои живеат овде“ (Мастер план са пословним планом развоја туризма Власинског Језера, 2007, стр. 49). Во овој Мастер план, исто така, наведено е следното: „Земајќи ги во предвид расположивите ресурси, нивниот развоен потенцијал и веројатноста дека тие ќе бидат структурирани и комерцијализирани како дел од туристичката понуда, главни туристички производи на Власина се: одмор во текот на летото и зимата, спорт и рекреација, голф, состаноци и семинари, специјални интереси (стр. 55).

3. Изработка на план за селективен развој на туризмот во Јужна и Источна Србија

Како што наведуваат авторите Вуконић & Кеча (2001), во САД во 1952 година е изработена студија со водич за планирање под наслов *Planning Better Vacation Accommodations*. Оваа студија потенцијалните инвеститори ги насочувала на оние локалитети кои поседувале добри природни и останати атрактивни ресурси. Тие истакнуваат, исто така, дека во Европа регионалното планирање во туризмот се развило како последица на подготовка на методологијата за изработка на планови за развој на туризмот на Јадран. Кога се во прашање европските стручњаци од областа на туризмот, *Vaud-Bovy* меѓу првите ги изнел погледите за регионалното планирање. Тој своите погледи на оваа област ги објавил во едицијата Светски туристички организации во Мадрид во 1980 година, под наслов *Integrated Planning for Tourism Development* (Вуконић & Кеча, 2001).

Почетна фаза на процесот на стратeгиското управување со туристичката дестинација е планирањето. За да се дефинираат целите во рамките на оваа фаза, како и стратегиите за реализација на тие цели, потребно е да се изврши анализа на моменталната положба на туристичката дестинација. Моменталната положба на туристичката дестинација се утврдува врз основа на анализата на макроопкружувањето (природно, социо - културно, економско, политичко, технолошко опкружување), туристичкиот потенцијал, трендовите на пазарот, туристичкото стопанство и слично. Одговарачкиот процес на планирањето, кој подразбира дефинирање на јасни, мерливи и реални цели, како и формулирањето на стратегија, програма и активности за реализација на тие цели, треба да овозможи создавање и пласман на адекватни туристички понуди. При тоа, треба да се имаат во предвид карактеристиките на пазарните сегменти и фактот дека на страна на туристичката побарувачка се присутни

постојани промени. Тие промени потребно е постојано да се следат и да се реагира на новонастанатите услови, како туристичката понуда би се обликувала во склад со потребите и барањата на носителите на туристичката побарувачка. Планирањето во туризмот не може да се разгледува самостојно. Мора да се имаат во предвид и останатите видови и облици на планирање кои придонесуваат за развојот на туризмот.

Основата за развој и напредок во развојот на туристичките дестинации ја чинат стратешки планови кои овозможуваат адекватен пристап во развојот на дестинацијата и постигнување соодветна позиција на туристичкиот пазар. При изработката на планот за развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија би требало да се имаат во предвид природните туристички вредности, но посебно внимание би требало да се посвети и на многу богатото културно - историско наследство и манифестациите. На тој начин туристичката понуда би била посодржајна, побогата и поатрактивна. Стратешките планови треба да претставуваат адекватна основа за насочување кон понатамошните активности, но многу е важно тие да бидат и доволно флексибилни. Современите трендови на страна на туристичкото побарување покажуваат дека постојат различни интереси и барања за посодржаен престој, така да неопходен е професионален пристап и адекватно стратешко планирање. Резултат на тој процес на планирање треба да бидат соодветни стратегии, програми и активности на сите носители на развојот на туризмот во дестинациите од регионот на Јужна и Источна Србија. Тие треба да ги покажат правците и насоките на идниот развој на туризмот и селективните видови туризам во овој регион.

Како што наведуваат авторите Грчан & Раднић (достапно на <https://bib.irb.hr/datoteka/178692.Split.doc>): При изработката на стратешкиот план се почнува од анализа на макроопкружувањето, дестинациите, пазарот и самата понуда на туристичката дестинација. Оваа анализа мора да предупреди на главните закани и можности кои влијаат на развојот на туризмот и да им укаже на сопствените предности и недостатоци во понудата на дестинацијата. Тие сопствени предности чинат многу важен сегмент, бидејќи токму тие дестинацијата ја прават поинаква и поконкурентна. Тоа дестинацијата ја прави препознатлива кај постоечките и потенцијалните туристи, а понудата единствена и неповторлива (стр. 11).

Во која мера туризмот и туристичките подрачја и центри ќе бидат обработени во општите регионални и просторни планови на општините зависи од (Максин, 2012):

- туристичките ресурси со кои подрачјето располага;
- значењето кое туризмот го има и може да го има во однос на останатите економски активности за економскиот и социјалниот развој на подрачјето и

- потенцијалот и ограничувањата на просторот за организација на туристичката понуда.

Планирањето и развојот на туризмот опфаќаат: интегрално планирање на развојот на туризмот и пратечките дејности; прогласување и одржливо користење на туристичкиот простор; дејности од посебно значење за развој на туризмот; категоризација на туристичкото место и спроведување на поттикнувачки мерки за развој на туризмот (Стратегија развоја туризма Републике Србије 2016 - 2025, 2016). Планирањето на развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија се базира на Стратегијата за развој на туризмот на Република Србија за период од 2016 до 2025 година. Покрај Стратегијата за развој на туризмот, тука се и други видови плански документи, како што се: Стратегиски мастер план (се донесува за приоритетната туристичка дестинација), Стратегиски маркетинг план, Програма за развој на туристичките производи (документ со кој поблиску им се одредува развојот на приоритетните туристички производи), Програма за развој на туризмот, Програма за промотивните активности.

Територијата на регионот на Јужна и Источна Србија ја чинат претежно рурални подрачја. Акциониот план на производи од руралните активности кој е наведен во Мастер планот за одржлив развој на руралниот туризам во Србија, покрај останатото, ги наведува целите чија реализација придонесува за развој на селективните видови туризам во Србија, како и во регионот на Јужна и Источна Србија. Тие цели се (Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији, 2011, стр. 130):

- оптимизација на постоечките туристички ресурси, објекти и услуги за развој на активностите на руралниот туризам;
- оптимизација на руралните објекти за сместување и ресурсите со цел развој на руралното сместување;
- дефинирање и структурирање на развојот на портфолија на производите во руралните области;
- дефинирање на производите во руралните области кои ги вклучуваат локалните заинтересирани страни;
- унапредување на економскиот развој во руралните области како дел од стратегијата за диверзификација на руралните економски активности низ развојот на туристичките производи;
- подигнување на свеста за значењето на развојот на туризмот во руралните области низ спроведување на производите, активностите и услугите врзани за различни целни пазари и мотивација за патувања.

За правилен развој на туристичките дестинации многу е важно планирање на просторот, изработка на просторни планови и други просторно - плански документи со кои се (Штетић, Шимичевић & Ницић, 2009):

- поставуваат рамки за развој на сите дејности вклучувајќи го и туризмот;
- усогласуваат интересите на поголем број можни корисници на одредена локација;
- насочува развојот на туризмот во области со најдобри природни предиспозиции и адекватен степен на изграденост на инфраструктурата;
- ставаат под заштита областите во кои развојот на туризмот не е дозволен или е строго контролиран;
- дава упатство за просторно разместување и изглед на туристичките капацитети, кои ќе овозможат квалитетен и економски успешен туристички развој, а негативните ефекти ќе ги сведе на минимум.

Табела 29 Групи и подгрупи производи на кои е насочен Акциониот план за производите од руралните активности

Групи производи	Подгрупи производи
Приоритет од прв степен	
Културен туризам	Културно наследство
	Етно села и настани (рурален живот)
	Гастрономија и вино
Природен туризам	Планини, реки и езера
	Екотуризам
	Агротуризам
Спортски и авантуристички туризам	Наутички туризам на езерата и реките
	Планински туризам
	Туризам врзан за воздушни активности
Туризам на благосостојба и здравје	Бањи и велнес
	Медицински туризам
Семеен и детски туризам	Семејни одмори
	Детски и младински кампови
	Живот на фарма
	Школски и образовен туризам
Туризам на крстарење	Организирани крстарења
Туризам врзан за посебни интересирања	Риболов
	Лов
	Набљудување на птици
Приоритет од втор степен	
Обиколки	Поединечни или групни обиколки
Кратки одмори	Поединечни или групни кратки одмори
MICE	Туризам на изградба на тим (team building)
	Мали семинари и состаноци

Извор: Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији, Заједнички програм УН „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“ финансиран од страна на шпанскиот Фонд за достигнување на миленијумски цели на развојот, 2011. (на основа UNWTO)

Просторните планови на национално ниво се усвојуваат за цела држава. Тие се долгорочни и ги содржат основните правци и цели на развојот на туризмот, со фокус на региите кои имаат најпогодни услови за развој на туризмот. Просторните планови на регионално ниво се применуваат на конкретни центри, локалитети и патни правци во склоп на дадената регија. Преку овие планови подетално се разработуваат и применуваат упатствата за националните планови. Плановите на локално ниво се однесуваат на прецизни локации во кои треба да се поттикнува и насочува развојот на туризмот и изградбата на капацитетите (Штетић, Шимичевић & Ницић, 2009).

Придонес за развојот на туризмот во регионот Јужна и Источна Србија даваат следните усвоени планови (Републичка агенција за просторно планирање, <http://www.rapp.gov.rs/sr-Latn-CS/usvojeni-planovi/uid291/list/0>):

- Просторен план за подрачјата со посебна намена за меѓународниот пловен пат E80 - Дунав (Паневропски коридор VII);
- Регионален просторен план за подрачјето на Подунавскиот и Браничевскиот управен округ;
- Просторен план за подрачјето за посебни намени за археолошкото наоѓалиште Виминациум;
- Просторен план за подрачјето за инфраструктурниот коридор Ниш - граница со Република Македонија;
- Просторен план за подрачјето со посебна намена за Радан Планина;
- Просторен план за подрачјето со посебна намена за природните добра Бељаница - Кучај;
- Просторен план за подрачјето со посебна намена за Националниот парк Ѓердап;
- Регионален просторен план за подрачјето на Нишавскиот, Топличкиот и Пиротскиот управен округ;
- Просторен план за подрачјата со посебна намена за специјалниот резерват на природата Сува Планина;
- Регионален просторен план за Тимочка краина (Борски и Заечарски округ);
- Просторен план за подрачјето на инфраструктурниот коридор Ниш - граница со Бугарија;
- Просторен план за подрачјето со посебна намена за сливот на акумулацијата Бован;
- Просторен план за подрачјето на паркот на природата и туристичката регија Стара Планина;

- Просторен план за подрачјето со посебна намена „Власина“;
- Просторен план за подрачјето на археолошкото наоѓалиште Ромулијана – Гамзиград.

Во процесот на регионалниот развој многу се важни развојните документи за регионалниот развој, како што се Национален план за регионален развој, Регионални развојни стратегии, Програми за финансирање на развојот на регионот и Стратешки документи.

Значајна улога во планирањето и развојот на туризмот имаат професионалните и деловните здруженија (важно е да се поттикнува развојот на професионалните и деловните здруженија), регионалните развојни агенции, претпријатија од областа на туризмот на национално, регионално и локално ниво. Во наредниот период би требало да се формулираат нови стратегии и да се дефинираат плановите за развој на туризмот на регионално и локално ниво.

VI КРЕИРАЊЕ НА РАЗВОЈНА ПОЛИТИКА

Како што наведува авторот Благојевиќ (2009), туристичката развојна политика подразбира „вкупност на мерки и инструменти со свесно влијание на државата врз подрачјето на развојот и унапредувањето на секторот за туризам, подигнување на неговите конкурентски и компаративни предности и сите економски и нееекономски чинители за развојот на туризмот. Елементи на туристичката политика се цели, инструменти и актери на туристичката политика“ (стр. 199). Според зборовите на авторот Убавиќ (2015) „основна цел на современата туристичка политика е осигурување на динамичниот и складен туристички развој кој ќе овозможи максимално задоволување на потребите на домашните и странските туристи и побрз севкупен развој на земјата“ (стр. 20). Според Светската туристичка организација (World Tourism Organizaton UNWTO) потребно е да се формулира туристичката политика која ќе ги насочува сите развојни активности, работење и управување во туризмот, како би се задоволиле непосредните и долгорочни цели. Политиката заснована на принципите на одржливост во склад е со најдобрите меѓународни практики за постигнување конкурентност во туризмот.

Разликуваме општа и посебна туристичка политика. Интересите и активностите на сите актери кои се заинтересирани за развој на туризмот и креирање на соодветна туристичка понуда содржани се во рамките на општата туристичка политика и се насочуваат со оваа политика. Со посебна туристичка политика се придонесува за унапредување и прилагодување на делувањето на многубројните поединечни фактори на ниво на одредено подрачје. Тие активности мораат да бидат прилагодени на општата туристичка политика (Стефановиќ & Глигоријевиќ, 2010).

Во политиката на развојот на туризмот се поставуваат цели на развојот кои се однесуваат на користење на ресурсите и раст на економските категории во секторот на туризмот (вработеност, приходи, потрошувачка и слично). Инструментите на политиката на развојот на туризмот влијаат на користење на ресурсите во процесот на развојот, како и на однесувањето на субјектите во процесот на развојот на туризмот. Нивното делување се искажува преку примена на различни економски и административни мерки, со кои се влијае на однесувањето на актерите во процесот на развојот на туризмот поради остварување на поставените цели на развојот. Носители на политиката на развојот на туризмот се државата, државните институции и организации на различни нивоа (национални, регионални, локални), додека извршители на туристичката политика се субјекти на страната на туристичката побарувачка (туристи) и туристички понуди (туристички претпријатија, различни асоцијации и др.).

Многу е важно да се креира адекватна туристичка политика. Неадекватната туристичка политика доведува до негативни последици како на национално и регионално, така и на локално ниво. Ова, пред с'е, се однесува на туристички недоволно развиената земја. При креирањето на туристичката политика, неопходно е да се согледаат и добро проценат сите фактори кои можат да имаат влијание на развојот на туризмот (Убавић, 2015).

Туристичката политика треба да биде одржлива и да ги содржи основните аспекти на развојот на туризмот. Таа треба да пронајде рамнотежа меѓу културните вредности, еколошките ресурси и економските резултати. Било да се работи за дестинации на локално, регионално, национално или меѓународно ниво, мора да се имаат во предвид три клучни сегменти на политиката за развој на туризмот. Тие сегменти се однесуваат на воспоставување насоки за развој, дефинирање и контролирање на процесот на планирање, како и дефинирање на маркетинг стратегија и акција (Datzira, 2006).

Многу е важно на регионално и локално ниво да се формулираат стратегии за развој на туризмот и соодветна политика за развој на туризмот, како и политика за развој на поедини селективни видови туризам на ниво на регион и поедини туристички дестинации.

1. Одредување на носители на активности за развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија

Во Министерството за трговија, туризам и телекомуникации на Република Србија, во потесните внатрешни единици на секторот за туризам се извршуваат на ниво на земјата, покрај останатото, работи кои се однесуваат на истражување на пазарот и развојот на туристичките производи; конкурентност во туризмот; планирање и анализа, како и управување со квалитетот во туризмот.

Здружението за туризам во рамките на Стопанската комора на Србија ја следи актуелната состојба во туристичкото стопанство во цел на развојот и унапредувањето на туристичко - угостителските дејности; учествува во изработка на измените и дополнувањата на стратешките документи во областа на развојот на туризмот; соработува со ресорните министерства; ги следи и применува европските трендови и стандарди во туризмот; остварува непосредни контакти со претставниците на туристичко - угостителските стопански друштва; развива регионална соработка во областа на туристичкото стопанство; соработува со меѓународни институции и комори (Привредна комора Србије, Удружење за туризам, <http://www.pks.rs/ONama.aspx?id=252>).

Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат следните регионални стопански комори: Регионална стопанска комора на Браничевскиот и Подунавскиот округ со седиште во Пожаревац, Регионална стопанска комора Заечар, Регионална стопанска комора Ниш, Регионална стопанска комора Лесковац. Тие извршуваат активности на побрз и поефикасен развој на стопанството во регионот, вклучувајќи го и развојот на туризмот како и стопанските дејности.

Во регионот на Јужна и Источна Србија постојат следните развојни агенции кои се акредитирани во склад со Законот за регионален развој: Регионална агенција за развој на источна Србија со седиште во Заечар; Регионална развојна агенција Браничево - Подунавје со седиште во Пожаревац; Регионална развојна агенција ЈУГ со седиште во Ниш; Центар за развој на Јабланичкиот и Пчињскиот округ со седиште во Лесковац. Акредитираните развојни агенции, покрај другото: извршуваат работи на координација, изработка и реализација на стратегијата на регионалниот развој; извршуваат работи за воспоставување на регионална туристичка соработка со цел јакнење на конкурентноста, маркетингот и промоцијата; извршуваат промоција на можностите за инвестирање во регионот; извршуваат активности за давање помош во подготовка и реализација на приоритетните проекти; извршуваат работи на застапувања и промоции на развојните интереси на регионот; подготвуваат и спроведуваат програми за стручно усовршување; извршуваат работи за меѓународна, прекугранична и меѓуопштинска соработка и слично.

Сите градови и скоро сите општини во регионот на Јужна и Источна Србија имаат туристички организации кои претставуваат главни носители на туристичката промоција. За туристичките организации стана збор во четвртото поглавје на оваа докторска дисертација.

2. Анализа на туристичкиот промет и согледување на идниот развој

Туристички промет е збирен показател на обемот, динамиката и структурата на туристичките движења. Го покажува бројот на доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи, како и вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристи во регионот на Јужна и Источна Србија и по поедини окрузи на овој регион. Во продолжение ќе биде извршена анализа на туристичкиот промет во регионот на Јужна и Источна Србија, која треба да покаже:

- Учество на регионот на Јужна и Источна Србија во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристите во Република Србија во периодот 2005 - 2016 година;

- Број на доаѓања и ноќевања на домашни и странски туристи во регионот на Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015 година;
- Број на доаѓања и ноќевања на туристи по окрузите на регионот Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015 година;
- Број на доаѓања и ноќевања на домашни и странски туристи во секој регион на Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015 година;
- Број на доаѓања и ноќевања на туристи во општините на регионот на Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015 година.

Оваа анализа извршена е на основа на податоци наведени во публикациите на Општините во Србија, изданија 2006, 2007, 2008, 2009 и 2010 година и Општините и регионите во Република Србија, изданија 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 и 2016 година (Републички завод за статистика). Анализата го покажува движењето на вкупниот број туристи, како и бројот на доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи во регионот на Јужна и Источна Србија, во поедини окрузи на регионот и поедини општини во рамките на секој округ на регионот на Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015 година.

Табела 30 Учество на регионот на Јужна и Источна Србија во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристите во Република Србија

Година	Доаѓања на туристи (домашни и странски)			Ноќевања на туристи (домашни и странски)		
	Република Србија	Регион на Јужна и Источна Србија	Учество на регионот во вкупниот број доаѓања	Република Србија	Регион на Јужна и Источна Србија	Учество на регионот во вкупниот број ноќевања
2005	1.988.469	352.124	17,7%	6.499.352	1.379.610	21,2%
2006	2.006.488	342.284	17,1%	6.592.622	1.427.341	21,7%
2007	2.306.558	401.269	17,4%	7.328.692	1.472.707	20,1%
2008	2.266.166	412.334	18,2%	7.334.106	1.541.735	21,1%
2009	2.018.466	371.238	18,4%	6.761.715	1.381.456	20,4%
2010	2.000.597	352.553	17,6%	6.413.515	1.314.707	20,5%
2011	2.068.610	362.049	17,5%	6.644.738	1.350.521	20,3%
2012	2.079.643	353.706	17,0%	6.484.702	1.315.434	20,3%
2013	2.192.435	334.809	15,3%	6.567.460	1.106.177	16,8%
2014	2.192.268	329.529	15,0%	6.086.275	995.948	16,4%
2015	2.437.165	361.778	14,8%	6.651.852	1.066.998	16,0%
2016	2.753.591	397.384	14,4%	7.533.739	1.128.543	15,0%

Извор: Податоци од публикациите Општините у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општините и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 и Соопштење УТ10, Број 18 - год. LXVII, Статистика угостителства и туризма, Републички завод за статистика

Табелата 30 го покажува учеството на регионот на Јужна и Источна Србија во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристи во Република Србија во периодот 2005 - 2016 година. Податоците од табелата 30 покажуваат дека од 2005 до 2007 година регионот учествувал со околу 17% во вкупниот број доаѓања на туристи. Во 2008 и 2009 година доаѓа до благо зголемување на учеството на регионот во вкупниот број доаѓања на туристи, а од 2009 година евидентно е постепено намалување на учеството на регионот во вкупниот број доаѓања на туристи. Од 17,7% во 2005 година, учеството на регионот во вкупниот број доаѓања е намалено на 14,4% во 2016 година. Забележано е и намалување на учеството на регионот во вкупниот број ноќевања на туристи во Република Србија. Во разгледуваниот период најголемо учество во регионот во вкупниот број ноќевања било во 2006 година (21,7%), а најмало 2016 година (15%).

Табелата 31 го покажува бројот на доаѓања на домашни и странски туристи во регионот на Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015 година. На основа на податоците од табелата може да се види дека многу е поголем бројот на доаѓања на домашни туристи во однос на бројот на доаѓања на странски туристи во регионот на Јужна и Источна Србија. Притоа, бројот на доаѓања на домашни туристи се зголемувал од 2005 до 2008 година, после што евидентно е намалување на бројот на доаѓања на домашните туристи до 2015 година. Исклучок е 2011 година кога бројот на доаѓања на домашни туристи се зголемил во однос на 2010 година. За разлика од домашните туристи, од 2006 до 2015 година бројот на доаѓања на странските туристи е во пораст (од 31.800 доаѓања во 2006 година на 108.868 доаѓања во 2015 година). Исклучок претставува 2011 година кога бројот на доаѓања на странски туристи е намален за 1.604 доаѓања во однос на 2010 година, после што се бележи континуиран раст на бројот на доаѓања на странските туристи.

Табела 31 Доаѓања на туристи во регионот на Јужна и Источна Србија во период 2005-2015

Година	Доаѓања на туристи		
	Домашни	Странски	Вкупно
2005	306.572	45.552	352.124
2006	310.484	31.800	342.284
2007	336.779	64.490	401.269
2008	347.376	64.958	412.334
2009	294.629	76.609	371.238
2010	274.400	78.153	352.553
2011	285.500	76.549	362.049
2012	275.073	78.633	353.706
2013	251.673	83.136	334.809
2014	233.013	96.516	329.529
2015	252.910	108.868	361.778

Извор: Податоци од публикациите Општине у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општине и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 32 го покажува бројот на ноќевања кои домашните и странските туристи ги оствариле во регионот Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015 година. Податоците покажуваат многу поголем број ноќевања кои ги остваруваат домашните туристи во однос на странските туристи. Бројот на ноќевања на домашните туристи од 2005 година се зголемувал с'е до 2009 година, од кога почнува намалување на бројот на ноќевања на домашните туристи с'е до 2015 година. Исклучок претставува 2011 година кога е забележан поголем број ноќевања во однос на 2010 година, после што бројот на ноќевања на домашните туристи повторно се намалува. Во разгледуваниот период најголем број ноќевања на домашни туристи е остварен во 2008 година (1.424.628 ноќевања), а најмал број ноќевања на домашните туристи остварен е во 2014 година (805.322 ноќевања). Евидентно е, значи, значајно намалување на бројот на ноќевања на домашните туристи. Бројот на ноќевања кои во разгледуваниот период ги оствариле странските туристи многу е помал во однос на бројот на ноќевања на домашните туристи. Значајно е, меѓутоа, тоа што се забележува раст на бројот на ноќевања на странските туристи во набљудуваниот период (од 82.623 ноќевања во 2005 година до 211.313 ноќевања на странските туристи во 2015 година). Исклучок претставуваат: 2006 година кога се остварени 15.616 помалку ноќевања на странските туристи во однос на 2005 година; 2010 година кога се остварени 8.651 помалку ноќевања на странските туристи во однос на 2009 година и 2013 година кога се остварени 3.197 помалку ноќевања на странските туристи во однос на 2012 година.

Табела 32 Ноќевања на туристи во регионот Јужна и Источна Србија во период 2005 - 2015

Година	Ноќевања на туристи		
	Домашни	Странски	Вкупно
2005	1.296.987	82.623	1.379.610
2006	1.360.334	67.007	1.427.341
2007	1.363.171	109.536	1.472.707
2008	1.424.628	117.107	1.541.735
2009	1.243.508	137.948	1.381.456
2010	1.185.410	129.297	1.314.707
2011	1.217.103	133.418	1.350.521
2012	1.163.491	151.943	1.315.434
2013	957.431	148.746	1.106.177
2014	805.322	190.626	995.948
2015	855.685	211.313	1.066.998

Извор: Податоци од публикациите *Општини у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општини и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016*

Табела 33 Доаѓања на туристи по окрузите на регионот Јужна и Источна Србија во периодот 2005-2015

Година	Браничевски округ	Подунавски округ	Борски округ	Заечарски округ	Нишавски округ	Пиротски округ	Топлички округ	Јабланички округ	Пчињски округ
2005	27.125	23.670	69.224	77.640	71.155	11.977	24.588	19.824	26.921
2006	22.485	27.530	74.771	73.437	66.337	12.784	21.350	17.271	26.319
2007	31.367	31.073	71.205	96.539	90.238	10.151	20.091	21.262	29.343
2008	44.781	31.665	64.843	94.398	91.383	10.536	24.026	21.679	29.023
2009	28.586	34.425	62.985	80.507	89.196	9.601	22.151	19.655	24.132
2010	22.131	25.396	66.477	70.790	90.783	8.266	23.377	20.891	24.442
2011	24.690	17.952	69.307	75.282	91.618	9.361	28.547	20.781	24.511
2012	30.490	13.815	68.023	82.177	79.631	9.455	27.887	20.539	21.689
2013	32.569	17.282	59.449	82.659	64.990	9.181	24.208	23.416	21.055
2014	39.885	12.572	56.789	70.769	70.413	11.432	22.990	22.397	22.282
2015	45.154	10.617	63.524	81.309	83.292	11.589	27.170	20.790	18.333

Извор: Податоци од публикациите Општине у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општине и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Во табела 33 прикажан е вкупен број доаѓања на туристи во окрузите на регионот Јужна и Источна Србија во периодот од 2005 - 2015 година. Најмал број доаѓања на туристите од 2005 до 2015 година, гледано по окрузите на регионот на Јужна и Источна Србија, забележан е во Пиротскиот округ. Исклучок е 2015 година кога помал број на доаѓања на туристи во однос на Пиротскиот округ е забележан во Подунавскиот округ. Во следениот период водечки окрузи во поглед на бројот на доаѓања на туристи биле Заечарскиот и Нишавскиот округ. Борскиот округ единствено во 2006 година бил водечки округ по број на доаѓања на туристи, кога во тој округ е забележано 74.771 доаѓање. Во 2005, 2007, 2008, 2012, 2013 и 2014 година најголем број доаѓања на туристи бил во Заечарскиот округ. Нишавскиот округ се издвојува како водечки округ во регионот Јужна и Источна Србија по број на доаѓања на туристи во 2009, 2010, 2011 и 2015 година. Најголем број доаѓања на туристи во периодот од 2005 до 2015 година остварен е во 2007 година во Заечарскиот округ (96.539 доаѓања).

Табела 34 Нокевања на туристи по окрузите на регионот Јужна и Источна Србија во периодот 2005-2015

Година	Браничевски округ	Подунавски округ	Борски округ	Заечарски округ	Нишавски округ	Пиротски округ	Топлички округ	Јабланички округ	Пчињски округ
2005.	78.553	30.996	167.083	469.199	221.973	37.761	158.620	89.341	126.084
2006.	79.698	40.899	172.876	451.836	231.753	31.402	223.505	76.454	118.918
2007.	63.175	36.650	157.229	526.410	326.522	23.292	105.801	94.113	139.515
2008.	105.549	39.833	153.222	518.070	337.371	28.579	130.496	97.469	131.146
2009.	65.523	50.733	153.302	443.521	320.006	24.470	119.770	87.964	116.167
2010.	46.559	31.776	173.606	403.158	317.370	18.610	118.841	88.650	116.137
2011.	49.466	21.894	172.440	439.313	302.658	31.674	141.891	82.075	109.110
2012.	65.673	24.674	164.169	431.066	290.984	26.367	151.360	73.036	88.105
2013.	70.840	21.127	146.528	426.906	126.393	18.556	133.303	81.546	80.978
2014.	86.159	17.782	136.252	319.554	134.990	28.319	135.179	72.910	64.803
2015.	106.524	20.666	146.759	319.909	158.919	24.393	157.013	70.279	62.536

Извор: Податоци од публикациите Општине у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општине и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 34 дава приказ на бројот на остварени ноќевања во окрузите на регионот Јужна и Источна Србија во периодот од 2005 до 2015 година. Податоците од табелата покажуваат дека Заечарскиот округ остварува убедливо најголем број ноќевања на туристите. Од 2005 година (469.199 ноќевања) бројот на ноќевања на туристите во Заечарскиот округ се зголемува до 2007 година, кога е остварен и најголем број ноќевања во разгледуваниот десетгодишен период (526.410 ноќевања). Од 2007 година бројот на ноќевања на туристите во овој округ се намалува с'е до 2011 година кога е остварен поголем број ноќевања во овој округ во однос на 2010 година, после што бројот на остварени ноќевања повторно се намалува. Во 2015 година во овој округ остварени се 149.290 ноќевања помалку во однос на 2005 година. Втор округ по број на остварени ноќевања од 2005 до 2013 година бил Нишавскиот округ. Во 2013 и 2014 година второ место по број на остварени ноќевања зазема Борскиот округ, за во 2015 година Нишавскиот округ повторно да биде на второ место по број на остварени ноќевања. Најмал број ноќевања во овој десетогодишен период остварен е во Подунавскиот округ (2005, 2011, 2012, 2014 и 2015 година) и во Пиротскиот округ (2006, 2007, 2008, 2009, 2010 и 2013 година).

Табела 35 Доаѓања и ноќевања на туристи во Браничевскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Доаѓања на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2005	27.125	24.964	2.161	78.553	72.722	5.831
2006	22.485	20.931	1.554	79.698	68.543	11.155
2007	31.367	29.477	1.890	63.175	57.549	5.626
2008	44.781	41.718	3.063	105.549	100.705	4.844
2009	28.586	25.389	3.197	65.523	56.146	9.377
2010	22.131	19.606	2.525	46.559	41.478	5.081
2011	24.690	21.533	3.157	49.466	38.775	10.691
2012	30.490	25.861	4.629	65.673	53.057	12.616
2013	32.569	28.231	4.338	70.840	62.624	8.216
2014	39.885	33.186	6.699	86.159	69.769	16.390
2015	45.154	37.857	7.297	106.524	89.766	16.758

Извор: Податоци од публикациите Општине у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општине и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 35 го покажува движењето на бројот на доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи во Браничевскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. На основа на податоците од табелата може да се воочи дека многу е поголемо учеството на домашните во однос на странските туристи во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристите. Од 2005 до 2010 година бројот на доаѓања на туристите варираше, за од 2010 година тој број постепено да се зголемува и во 2015 година изнесувал 37.857 доаѓања. Со тоа с'е уште не е достигнат најголемиот број доаѓања на туристи кој е остварен во 2008 година (41.718 доаѓања). Бројот на ноќевања на туристите се намалува во 2007 година во однос на 2006 и 2005 година. Во

2008 година доаѓа до значајно зголемување на бројот на доаѓања на туристите (105.549 доаѓања), а во 2009 година до значајно намалување на бројот на доаѓања на туристи во однос на 2008 година. Намалување на бројот на ноќевања на туристи забележано е и во 2010 година, после што бројот на ноќевања на туристи постојано се зголемува, така да во 2015 година остварени се 106.524 ноќевања, што е најголем број ноќевања остварен во Браничевскиот округ во разгледуваниот десетгодишен период.

Табела 36 Доаѓања на туристи во општините на Браничевскиот округ во периодот 2005 2015

Година	Велико Градиште	Голубац	Жабари	Жагубица	Кучево	Мало Црниќе	Петровац	Град Пожаревац
2005	9.919	5.386	-	450	1.622	-	-	9.748
2006	7.929	4.530	-	560	3.267	-	612	5.587
2007	17.383	4.600	-	926	1.367	-	-	7.091
2008	21.555	8.226	-	1.034	3.136	-	-	10.830
2009	15.784	4.818	-	688	904	-	-	6.392
2010	9.236	5.323	-	719	1.597	-	-	5.256
2011	12.026	4.820	-	926	704	-	-	6.214
2012	14.325	5.416	-	652	340	-	-	9.757
2013	13.322	4.962	-	597	368	-	4.294	9.026
2014	13.768	2.766	-	529	342	-	11.287	11.193
2015	14.234	2.919	-	686	926	-	12.422	13.967

Извор: Податоци од публикациите Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Најголем број доаѓања на туристи, кога се во прашање општините од Браничевскиот округ, забележан е во општина Велико Градиште, каде на туристите посебно внимание им привлекува општината Велико Градиште и Сребрено Езеро. Во разгледуваниот период бројот на доаѓања на туристи варира и се движи од 7.929 доаѓања (колку се остварени во 2006 година) до 21.555 доаѓања (колку се остварени во 2008 година), што е и најголем број на доаѓања на туристи во периодот од 2005 до 2015 година. Второ место по број на доаѓања на туристи зазема градот Пожаревац, каде на туристите им се интересни бројните локалитети од културно - историското наследство и манифестациите. На трето место по број на доаѓања е општина Голубац (година 2014 и 2015 општина Петровац на Млава). Внимание на туристите во општина Голубац привлекува реката Дунав, Голубачката тврдина на Дунав, викенд населбите Винци и Усије, манастирот Тумане, различните видиковци, пешачки патеки и слично. Најмал број доаѓања на туристи забележан е во општините Жагубица и Кучево (табела 36). Во прашање се општини кои располагаат со атрактивни антропогени, но пред с'е природни туристички вредности. Затоа посебно внимание треба да се посвети на креирање и промоција на туристичката понуда на овие општини, како би се зголемил туристичкиот промет во идниот период. Во разгледуваниот период најголем број ноќевања остварен е во општина Велико Градиште. Исклучок претставуваат 2006, 2008 и 2014 година

кога најголем број ноќевања на туристи остварил градот Пожаревац. Податоците за бројот на остварени ноќевања на туристи во поедини општини на Браничевскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 37. Не се располага со податоци за туристичкиот промет во општините Жабари, Мало Црниќе и Петровац (за поедини години на разгледуваниот период).

Табела 37 Ноќевања на туристи во општините од Браничевскиот округ во период 2005 - 2015

Година	Велико Градиште	Голубац	Жабари	Жагубица	Кучево	Мало Црниќе	Петровац	Град Пожаревац
2005	33.302	7.551	-	699	5.295	-	-	31.706
2006	25.383	7.903	-	1.282	9.091	-	1.689	34.350
2007	31.599	7.671	-	2.180	3.331	-	-	18.394
2008	39.163	13.356	-	1.842	7.631	-	-	43.557
2009	30.382	7.690	-	1.221	4.512	-	-	21.718
2010	18.819	8.061	-	1.071	2.915	-	-	15.693
2011	21.362	6.229	-	7.343	2.347	-	-	12.185
2012	28.468	6.787	-	4.873	655	-	-	24.890
2013	25.848	8.878	-	822	925	-	8.591	25.776
2014	27.597	4.000	-	1.936	784	-	22.454	29.388
2015	37.476	3.857	-	2.224	4.776	-	23.393	34.798

Извор: Податоци од публикациите Општини у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општини и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 38 го покажува движењето на бројот на доаѓања и ноќевања на домашни и странски туристи во Подунавскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. На основа на податоците од табелата може да се воочи дека во вкупниот број доаѓања поголемо е учеството на домашните во однос на странските туристи во периодот од 2005 до 2014 година. Поголем број доаѓања на странски туристи во однос на домашните забележан е во 2014 и 2015 година. Од 2005 до 2010 година бројот на доаѓања на туристи постепено се зголемувал. Од 2010 до 2015 година бројот на доаѓања на туристи постепено се намалувал (исклучок е 2013 година кога бројот на доаѓања на туристи бил поголем во однос на 2012 година) за во 2015 година да бидат 10.617 доаѓања на туристи, што е 2,23 пати помалку во однос на 2005 година. Тоа е и најмал број доаѓања на туристи забележан во Подунавскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. Во вкупниот број ноќевања кој е остварен во Подунавскиот округ поголемо е учеството на ноќевања на домашните туристи во однос на ноќевањата на странските туристи. Странските туристи оствариле поголем број ноќевања во однос на домашните туристи само во 2009, 2014 и 2015 година. Вкупниот број ноќевања на туристи варира во разгледуваниот десетгодишен период. Притоа, најголем вкупен број ноќевања на туристи во Подунавскиот округ остварен е во 2009 година (50.733 ноќевања), а најмал вкупен број ноќевања на туристи остварен е во 2014 година (17.782 ноќевања).

Табела 38 Доаѓања и ноќевања на туристи во Подунавскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Доаѓања на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2005	23.670	20.126	3.544	30.996	25.660	5.336
2006	27.530	24.309	3.221	40.899	36.062	4.837
2007	31.073	23.234	7.839	36.650	26.067	10.583
2008	31.665	23.674	7.991	39.833	26.710	13.123
2009	34.425	21.814	12.611	50.733	24.538	26.195
2010	25.396	14.954	10.442	31.776	18.251	13.525
2011	17.952	11.850	6.102	21.894	13.899	7.995
2012	13.815	7.332	4.629	24.674	16.174	8.500
2013	17.282	9.163	4.338	21.127	11.214	9.913
2014	12.572	5.246	6.699	17.782	7.845	9.937
2015	10.617	5.471	7.297	20.666	8.245	12.421

Извор: Податоци од публикации Општине у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општине и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Најголем број доаѓања на туристи, кога се во прашање општините од Подунавскиот округ, забележан е во општина Велика Плана, каде на туристите посебно внимание им привлекува културно - историското наследство и различните манифестации. Од 2005 до 2009 година бројот на доаѓања на туристи постепено се зголемува, после што почнува постепено да се намалува (исклучок е 2013 година кога бројот на доаѓања на туристи бил поголем во однос на 2012 година) и во 2015 година остварени се 8.237 доаѓања што е 2,54 пати помалку во однос на 2005 година. Второ место по број на доаѓања на туристи зазема Смедерево. Од туристичките атракции во Смедерево, на туристите посебно внимание им привлекува Смедеревската тврдина, како и други локалитети од културното наследство. Најмал број доаѓања на туристи во разгледуваниот период остварен е во Смедеревска Паланка (исклучок претставува 2007 година кога најмал број на доаѓања на туристи е остварен во Смедерево). Податоци за бројот на доаѓања и ноќевања на туристи во поедини општини на Подунавскиот округ се наоѓаат во табела 39 и табела 40. Во разгледуваниот период најголем број ноќевања остварен е во општина Велика Плана. Бројот на остварени ноќевања во оваа општина варираше. Притоа, најголем број ноќевања остварен е во 2009 година (38.278 ноќевања), а најмал број ноќевања во 2014 година (12.526 ноќевања). На второ место по број на остварени ноќевања е Смедерево каде најголем број ноќевања е остварен во 2006 година (9.139 ноќевања), а најмал број ноќевања 2013 година (3.269 ноќевања). Општина со најмал број остварени ноќевања во Подунавскиот округ е Смедеревска Паланка каде најголем број ноќевања е остварен во 2008 година (4.773 ноќевања), а најмал број ноќевања остварен е во 2013 година (538 ноќевања).

Табела 39 Доаѓања на туристи во општините на Подунавскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Велика Плана	Смедерево	Смедеревска Паланка
2005	20.910	2.159	601
2006	22.223	4.689	618
2007	27.831	1.051	2.191
2008	26.240	2.922	2.503
2009	29.165	3.309	1.951
2010	20.763	3.373	1.260
2011	14.420	2.244	1.288
2012	11.336	1.476	1.003
2013	15.101	1.819	362
2014	9.646	2.645	281
2015	8.237	2.046	334

Извор: Податоци од публикации Општине у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општине и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табела 40 Ноќевања на туристи во општините на Подунавскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Велика Плана	Смедерево	Смедеревска Паланка
2005	21.068	8.360	1.568
2006	28.622	9.139	3.138
2007	28.334	4.106	4.210
2008	27.872	7.188	4.773
2009	38.278	8.981	3.474
2010	21.800	7.611	2.365
2011	15.513	4.483	1.898
2012	17.538	5.030	2.106
2013	17.320	3.269	538
2014	12.526	4.190	1.066
2015	13.970	5.036	1.660

Извор: Податоци од публикации Општине у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општине и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 41 го покажува движењето на бројот на доаѓања и ноќевања на домашни и странски туристи во Борскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. На основа на податоците од табелата може да се воочи дека многу е поголемо учеството на домашните во однос на странските туристи во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристите. Во 2006 година вкупниот број доаѓања на туристи бил поголем во однос на 2005 година. Од 2006 година евидентно е намалување на вкупниот број на доаѓања на туристи с'е до 2010 година кога е забележан поголем број доаѓања во однос на 2009 година. Зголемување на вкупниот број доаѓања на туристи имало во 2011. година, после што доаѓа до намалувања на бројот на доаѓања на туристи с'е до 2015 година кога е остварен поголем број доаѓања на туристи во однос на 2014 година. Во разгледуваниот десетгодишен период најголем број ноќевања на туристи во Борскиот округ остварен е во 2006 година (172.876 ноќевања). Во текот на следните две години се намалува вкупниот број остварени ноќевања. Благ раст на бројот на остварени ноќевања забележан е во 2009 година, додека во 2010 година остварен е

значително поголем број ноќевања на туристи. Од 2010 до 2015 година евидентно е намалување на вкупниот број остварени ноќевања на туристи.

Табела 41 Доаѓања и ноќевања на туристи во Борскиот округ во период 2005 - 2015

Година	Доаѓања на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2005	69.224	64.913	4.311	167.083	157.219	9.864
2006	74.771	72.222	2.549	172.876	166.759	6.117
2007	71.205	65.735	5.470	157.229	143.995	13.234
2008	64.843	59.457	5.386	153.222	143.170	10.052
2009	62.985	56.720	6.265	153.302	139.651	13.651
2010	66.477	58.818	7.659	173.606	155.774	17.832
2011	69.307	59.593	9.714	172.440	149.710	22.730
2012	68.023	59.523	8.500	164.169	145.365	18.804
2013	59.449	49.608	9.841	146.528	124.323	22.205
2014	56.789	45.631	11.158	136.252	105.997	30.255
2015	63.524	50.479	13.045	146.759	113.803	32.956

Извор: Податоци од публикациите Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Најголем број доаѓања на туристи, кога се во прашање општините на Борскиот округ, бележат општините Мајданпек и Кладово. Општината Мајданпек е на прво место според бројот на доаѓања на туристи во периодот од 2005 до 2009 година и од 2012 до 2015 година. Во 2009, 2010, 2011 и 2015 година најголем број доаѓања на туристите остварен е во општина Кладово. Туристите овде ги привлекува богатото културно - историско наследство и атрактивните природни вредности. Најмал број доаѓања на туристи во разгледуваниот десетгодишен период забележан е во општина Неготин. Податоците за бројот на доаѓања на туристи во поедини општини на Борскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се дадени во табели 42. Најголем број ноќевања на туристи во периодот од 2005 до 2009 година остварен е во општина Мајданпек, од 2009 до 2012 година најголем број ноќевања на туристи остварен е во општина Кладово, за во 2012 година Мајданпек пак да биде општина со најголем број остварени ноќевања на туристи во Борскиот округ. Прв пат во текот на разгледуваниот период најголем број ноќевања на туристи остварен во општина Бор бил во текот на 2014 година. Во 2015 година општина Кладово била водечка општина во Борскиот округ според број на остварени ноќевања на туристи. Најмал број ноќевања во текот на разгледуваниот десетгодишен период остварен е во општина Неготин. Податоци за бројот на остварени ноќевања на туристи во поедини општини на Борскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 43.

Табела 42 Доаѓања на туристи во општините од Борскиот округ во период 2005 - 2015

Година	Бор	Кладово	Мајданпек	Неготин
2005	10.398	23.183	30.095	5.548
2006	13.544	25.043	31.108	5.076
2007	6.459	22.517	36.370	5.859
2008	6.451	23.120	31.743	3.529
2009	5.135	27.199	25.882	4.769
2010	5.429	30.542	25.980	4.526
2011	6.423	31.566	27.269	4.049
2012	5.223	25.524	32.277	4.999
2013	6.922	23.746	25.562	3.219
2014	15.313	16.050	22.523	2.903
2015	16.235	22.347	21.507	3.435

Извор: Податоци од публикациите Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табела 43 Ноќевања на туристи во општините од Борскиот округ во период 2005 - 2015

Година	Бор	Кладово	Мајданпек	Неготин
2005	31.008	55.827	70.843	9.405
2006	43.084	58.378	60.351	11.063
2007	22.514	57.302	66.996	10.417
2008	20.361	45.913	75.546	11.402
2009	16.552	69.127	58.435	9.188
2010	15.762	85.855	61.140	10.849
2011	19.995	87.637	55.996	8.812
2012	15.023	66.972	69.630	12.544
2013	22.875	63.577	51.924	8.152
2014	47.124	39.102	43.596	6.430
2015	47.846	49.326	41.751	7.836

Извор: Податоци од публикациите Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 44 го покажува движењето на бројот на доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи во Заечарскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. На основа податоците од табелата може да се воочи дека многу е поголемо учеството на домашните во однос на странските туристи во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристите. Вкупниот број доаѓања, како и вкупниот број ноќевања на туристи во разгледуваниот период варира. Најголем вкупен број доаѓања и ноќевања на туристи во Заечарскиот округ остварен е во 2007 година (96.539 доаѓања и 526.410 ноќевања), додека најмал вкупен број доаѓања и ноќевања на туристи остварен е во 2014 година (70.769 доаѓања и 319.554 ноќевања).

Заечарскиот округ им нуди на туристите богати и разновидни природни вредности и богато културно - историско наследство. Во овој округ се наоѓа една од најпосетените бањи во Србија (Сокобања), како и еден од локалитетите на територија на Србија кој е под заштита на УНЕСКО (археолошкиот локалитет Феликс Ромулијана - Гамзиград кај Заечар).

Табела 44 Доаѓања и ноќевања на туристи во Заечарскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Доаѓања на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2005	77.640	75.516	2.124	469.199	464.234	4.965
2006	73.437	71.710	1.727	451.836	446.503	5.333
2007	96.539	92.254	4.285	526.410	514.556	11.854
2008	94.398	90.216	4.182	518.070	505.167	12.903
2009	80.507	75.667	4.840	443.521	431.461	12.060
2010	70.790	66.473	4.317	403.158	392.928	10.230
2011	75.282	71.477	3.805	439.313	429.534	9.779
2012	82.177	77.171	5.006	431.066	420.237	10.829
2013	82.659	74.839	7.820	426.906	410.546	16.360
2014	70.769	61.094	9.675	319.554	294.485	25.069
2015	81.309	66.663	14.646	319.909	287.724	32.185

Извор: Податоци од публикациите Општини у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општини и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табела 45 Доаѓања на туристи во општините од Заечарскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Болевац	Заечар	Књажевац	Сокобања
2005	2.318	11.363	3.418	60.541
2006	1.710	10.707	3.271	57.749
2007	2.833	15.274	6.036	72.396
2008	3.129	18.949	6.201	66.119
2009	2.922	16.696	5.576	55.313
2010	3.401	13.825	4.727	48.837
2011	3.752	13.758	4.519	53.253
2012	4.228	15.540	13.234	49.175
2013	4.153	15.135	12.742	50.629
2014	2.901	13.577	11.853	42.438
2015	5.160	17.211	17.262	41.676

Извор: Податоци од публикациите Општини у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општини и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Најголем број доаѓања и ноќевања на туристи, кога се во прашање општините од Заечарскиот округ, забележан е во општина Сокобања. Во Сокобања се остварува многу поголем број доаѓања и ноќевања на туристи во однос на останатите општини на Заечарскиот округ. На второ место според бројот на доаѓања и ноќевања на туристи во разгледуваниот период се наоѓа Заечар. Исклучок претставува 2015 година кога второ место според бројот на доаѓања и ноќевања на туристи во Заечарскиот округ зазел Књажевац. Најмал број доаѓања и ноќевања на туристи во разгледуваниот период остварен е во општина Болевац. Податоците за бројот на остварени доаѓања на туристи во поедини општини од Заечарскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табелата 45. Податоците за бројот на остварени ноќевања на туристи во поедини општини од Заечарскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 46.

Табела 46 Ноќевања на туристи во општините од Заечарскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Болевац	Заечар	Књажевац	Сокобања
2005	9.360	78.258	10.148	371.433
2006	7.734	69.039	8.967	366.096
2007	8.498	92.517	16.426	408.969
2008	7.286	98.634	19.556	392.594
2009	6.866	97.390	18.013	321.252
2010	6.818	86.885	14.357	295.098
2011	9.857	88.313	16.174	324.969
2012	8.715	79.592	36.191	306.568
2013	8.294	76.771	35.335	306.506
2014	5.932	51.226	42.641	219.755
2015	9.490	56.648	58.875	194.896

Извор: Податоци од публикациите Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табела 47 Доаѓања и ноќевања на туристи во Нишавскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Доаѓања на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2005	71.155	48.912	22.243	221.973	188.507	33.466
2006	66.337	53.211	13.126	231.753	210.812	20.941
2007	90.238	58.111	32.127	326.522	282.999	43.523
2008	91.383	60.131	31.252	337.371	286.256	51.115
2009	89.196	53.866	35.330	320.006	268.879	51.127
2010	90.783	53.561	37.222	317.370	261.795	55.575
2011	91.618	55.207	36.411	302.658	251.788	50.870
2012	79.631	47.551	32.080	290.984	239.298	51.686
2013	64.990	34.498	30.492	126.393	76.118	50.275
2014	70.413	32.642	37.771	134.990	76.007	58.983
2015	83.292	36.868	46.424	158.919	88.200	70.719

Извор: Податоци од публикацијите Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 47 го покажува движењето на бројот на доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи во Нишавскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. На основа на податоците од табелата може да се воочи дека во периодот од 2005 до 2014 година поголемо е учеството на домашните во однос на странските туристи во вкупниот број доаѓања на туристи. Во Нишавскиот округ, меѓутоа, не е толку нагласена разликата меѓу бројот на доаѓања на домашните и странските туристи како што е во останатите окрузи на регионот Јужна и Источна Србија. Во текот на 2014 и 2015 година во Нишавскиот округ забележано е поголемо учество на странски во однос на домашни туристи во вкупниот број доаѓања на туристи. Вкупниот број доаѓања на туристите варираше во разгледуваниот период. Најголем вкупен број доаѓања остварен е во 2011 година (91.618 доаѓања), а најмал вкупен број доаѓања остварен е во 2013 година (64.990 доаѓања). Вкупниот број ноќевања на туристите се зголемува од 2005 до 2009 година. Од 2009 година вкупниот број ноќевања на туристи се намалува до 2014 година. Во текот на 2014 година остварен е поголем број ноќевања во

однос на 2013 година, а во 2015 година поголем број ноќевања во однос на 2014 година. Тој број на ноќевања, меѓутоа, 2,12 пати е помал во однос на 2008 година кога е остварен најголем број ноќевања на туристи во разгледуваниот десетгодишен период (337.371 ноќевања).

Табела 48 Доаѓања на туристи во општините на Нишавскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Град Ниш	Алексинач	Гацин Хан	Долевац	Мерошина	Ражањ	Сврлиг
2005	68.704	1.830	426	-	-	195	-
2006	56.334	2.300	446	-	-	512	-
2007	85.609	2.780	793	-	481	-	575
2008	87.774	2.349	300	-	560	-	400
2009	85.952	1.780	275	-	767	-	422
2010	88.179	2.039	-	-	286	-	279
2011	88.952	2.303	-	-	83	-	280
2012	77.782	1.642	-	-	1	-	206
2013	63.050	1.688	-	-	-	-	252
2014	68.688	1.456	-	-	-	-	269
2015	75.969	6.926	-	-	-	-	397

Извор: Податоци од публикации Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табела 49 Ноќевања на туристи во општините од Нишавскиот округ во период 2005 - 2015

Година	Град Ниш	Алексинач	Гацин Хан	Долевац	Мерошина	Ражањ	Сврлиг
2005	211.934	7.258	2.147	-	-	634	-
2006	258.974	8.885	1.857	-	-	808	-
2007	311.843	9.577	3.109	-	1.000	-	993
2008	326.252	7.998	1.055	-	1.303	-	763
2009	309.413	7.428	487	-	2.020	-	658
2010	309.658	6.849	-	-	484	-	379
2011	295.240	6.895	-	-	237	-	286
2012	286.757	3.806	-	-	1	-	420
2013	122.509	3.292	-	-	-	-	592
2014	130.246	4.241	-	-	-	-	503
2015	148.193	9.525	-	-	-	-	1.201

Извор: Податоци од публикации Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Најголем број доаѓања и ноќевања на туристи, кога е во прашање градот Ниш и општините на Нишавскиот округ, забележан е во Ниш (градски центар и центар на регионот Јужна и Источна Србија), каде на туристите посебно внимание им привлекува богатото културно - историско наследство на Ниш, како и Нишка Бања која претставува еден од попознатите бањски центри во регионот на Јужна и Источна Србија. Во останатите општини на Нишавскиот округ се остварува многу помал број доаѓања и ноќевања на туристи, додека за одредени општини во поедини години на разгледуваниот период не постојат податоци за туристичкиот промет. Податоците за бројот на остварени доаѓања на туристи во поедини

општини на Нишавскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 48. Податоците за бројот на остварени ноќевања на туристи во поедини општини на Нишавскиот округ во периодот од 2005 до 2015 године се наоѓаат во табела 49.

Табелата 50 го покажува движењето на бројот на доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи во Пиротскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. На основа податоците од табелата може да се воочи дека во вкупниот број доаѓања поголемо е учеството на доаѓања кои ги оствариле домашните туристи. Во вкупниот број ноќевања на туристите од 2005 до 2012 година поголемо е учеството на ноќевања што ги оствариле домашните туристи. Од 2012 до 2015 година странските туристи оствариле повеќе ноќевања во однос на домашните туристи, а во 2015 година домашните туристи оствариле нешто поголем број ноќевања во однос на странските туристи.

Табела 50 Доаѓања и ноќевања на туристи во Пиротскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Доаѓања на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2005	11.977	8.889	3.088	37.761	31.816	5.945
2006	12.784	9.653	3.131	31.402	27.108	4.294
2007	10.151	7.410	2.741	23.292	18.098	5.194
2008	10.536	7.374	3.162	28.579	23.476	5.103
2009	9.601	6.426	3.175	24.470	18.370	6.100
2010	8.266	5.676	2.590	18.610	14.170	4.440
2011	9.361	7.176	2.185	31.674	26.891	4.783
2012	9.455	4.889	4.566	26.367	10.043	16.324
2013	9.181	4.958	4.223	18.556	9.175	9.381
2014	11.432	6.022	5.410	28.319	11.704	16.615
2015	11.589	6.177	5.412	24.393	12.363	12.030

Извор: Податоци од публикациите Општини у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општини и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Во Пиротскиот округ најголем вкупен број доаѓања на туристи остварен е во 2006 година (12.784 доаѓања), а најголем број ноќевања во 2005 година (37.761 ноќевања). Најмал вкупен број доаѓања е остварен во 2010 година (8.266 доаѓања), додека најмал вкупен број ноќевања остварен е во 2013 година (18.556 ноќевања).

Најголем број доаѓања и ноќевања на туристи, кога се во прашање општините на Пиротскиот округ, остварен е во Пирот. Исклучок претставуваат 2008 и 2011 година кога во општина Бела Паланка е остварен поголем број ноќевања на туристи во однос на ноќевањата на туристите кои се остварени во Пирот. Податоците за бројот на остварени доаѓања на туристи во поедини општини на Пиротскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 51. Податоците за бројот на остварени ноќевања на туристите во поедини општини на Пиротскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 52.

За поедини години од разгледуваниот десетгодишен период не се располага со податоци за туристичкиот промет во општините Бабушница, Бела Паланка и Димитровград.

Табела 51 Доаѓања на туристи во општините на Пиротскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Бабушница	Бела Паланка	Димитровград	Пирот
2005	80	2.006	2.542	7.349
2006	1.492	1.469	2.508	7.315
2007	-	1.262	1.985	6.904
2008	-	2.253	1.344	6.939
2009	-	1.723	842	7.036
2010	-	1.043	-	7.223
2011	-	2.714	-	6.647
2012	-	-	2.160	7.295
2013	-	-	1.031	8.150
2014	-	-	1.644	9.788
2015	-	-	1.584	10.005

Извор: Податоци од публикациите Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табела 52 Ноќевања на туристи у општините од Пиротскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Бабушница	Бела Паланка	Димитровград	Пирот
2005	2.400	7.922	6.478	20.961
2006	7.293	8.763	4.511	10.835
2007	-	8.774	2.499	12.019
2008	-	14.645	1.494	12.440
2009	-	9.965	1.050	13.455
2010	-	6.541	-	12.069
2011	-	18.135	-	13.539
2012	-	-	11.378	14.989
2013	-	-	1.938	16.618
2014	-	-	3.461	24.858
2015	-	-	2.336	22.057

Извор: Податоци од публикациите Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 53 го покажува движењето на бројот на доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи во Топличкиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. На основа податоците од табелата може да се воочи дека многу е поголемо учеството на домашните во однос на странските туристи во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристи. Во разгледуваниот период варираше вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристи. Најголем вкупен број доаѓања на туристи остварен е во 2011 година (28.547 доаѓања), а најголем вкупен број остварени ноќевања бил во 2006 година (223.505 ноќевања). Најмал вкупен број доаѓања и ноќевања на туристи остварен е во 2007 година (20.091 доаѓање и 105.801 ноќевање).

Табела 53 Доаѓања и ноќевања на туристи во Топличкиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Доаѓања на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2005	24.588	24.251	337	158.620	157.708	912
2006	21.350	21.019	331	223.505	222.760	745
2007	20.091	19.189	902	105.801	103.100	2.701
2008	24.026	23.526	500	130.496	128.814	1.682
2009	22.151	21.214	937	119.770	116.700	3.070
2010	23.377	21.742	1.635	118.841	114.698	4.143
2011	28.547	25.206	3.341	141.891	134.461	7.430
2012	27.887	24.458	3.429	151.360	142.221	9.139
2013	24.208	21.722	2.486	133.303	124.998	8.305
2014	22.990	20.023	2.967	135.179	124.855	10.324
2015	27.170	22.535	4.635	157.013	142.733	14.280

Извор: Податоци од публикации Општине у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општине и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табела 54 Доаѓања на туристи во општините на Топличкиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Блаце	Житораѓа	Куршумлија	Прокупле
2005	1.524	-	20.800	2.264
2006	2.341	-	17.275	1.734
2007	1.821	-	16.205	2.065
2008	1.468	-	22.558	-
2009	739	-	21.412	-
2010	510	-	22.867	-
2011	26	-	28.521	-
2012	2	-	27.885	-
2013	-	-	24.208	-
2014	-	-	22.990	-
2015	-	-	27.170	-

Извор: Податоци од публикации Општине у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општине и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Најголем број доаѓања и ноќевања на туристи, кога се во прашање општините од Топличкиот округ, се остваруваат во општина Куршумлија. Луковска Бања и Пролом Бања кои припаѓаат на општина Куршумлија претставуваат носители на развојот на туризмот во Топличкиот округ. Покрај тоа, на територија на општина Куршумлија се наоѓа и единствениот споменик на природата Ѓаволја Варош, кој привлекува внимание на домашните и странските туристи. Податоци за бројот на остварени доаѓања на туристи во поедини општини на Топличкиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 54. Податоци за бројот на остварени ноќевања на туристи во поедини општини од Топличкиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 55.

Табела 55 Ноќевања на туристи во општините на Топличкиот округ во период 2005 - 2015

Година	Блаце	Житораѓа	Куршумлија	Прокупле
2005	3.206	-	152.239	3.175
2006	5.687	-	215.319	2.499
2007	4.286	-	97.620	3.895
2008	3.524	-	126.972	-
2009	3.066	-	116.704	-
2010	769	-	118.072	-
2011	121	-	141.770	-
2012	8	-	151.352	-
2013	-	-	133.303	-
2014	-	-	135.179	-
2015	-	-	157.013	-

Извор: Податоци од публикации Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 56 го покажува движењето на бројот на доаѓања и ноќевања на домашните и странските туристи во Јабланичкиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. На основа на податоците од табелата може да се воочи дека поголемо е учеството на домашните во однос на странските туристи во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристи. Најголем вкупен број доаѓања на туристи остварен е во 2013 година (23.416 доаѓања), а најмал вкупен број доаѓања на туристи бил во 2006 година (17.271 доаѓање). Најголем вкупен број ноќевања на туристи остварен е во 2008 године (97.469 ноќевања), а најмал вкупен број ноќевања на туристи бил во 2015 година (70.279 ноќевања на туристи).

Табела 56 Доаѓања и ноќевања на туристи во Јабланичкиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Доаѓања на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2005	19.824	15.801	4.023	89.341	83.903	5.438
2006	17.271	14.674	2.597	76.454	72.474	3.980
2007	21.262	16.135	5.127	94.113	86.878	7.235
2008	21.679	16.275	5.404	97.469	88.390	9.079
2009	19.655	13.405	6.250	87.964	79.527	8.437
2010	20.891	13.596	7.295	88.650	79.308	9.342
2011	20.781	13.754	7.027	82.075	72.734	9.341
2012	20.539	11.692	8.847	73.036	57.966	15.070
2013	23.416	12.706	10.710	81.546	66.595	14.951
2014	22.397	12.850	9.547	72.910	58.822	14.088
2015	20.790	13.114	7.676	70.279	58.238	12.041

Извор: Податоци од публикации Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Најголем број доаѓања на туристи, кога е во прашање градот Лесковац и општините од Јабланичкиот округ, остварува градот Лесковац каде на туристите посебно внимание им привлекува културно - историското наследство и манифестациите, меѓу кои посебно се истакнува Лесковачка роштилијада. Друга општина од Јабланичкиот округ според бројот на

доаѓања на туристи е општината Медвеѓа. Во останатите општини од Јабланичкиот округ се остварува многу помал број доаѓања на туристи (табела 57). Најголем број ноќевања на територија на Јабланичкиот округ се остварува во општина Медвеѓа. На територија на оваа општина се наоѓа Сијаринска Бања, така да благодарение на специфичностите на ова бањско место и неговата лекувачка функција овде се остварува најголем број ноќевања на туристи. Податоци за број на остварени ноќевања на туристи во поедини општини на Јабланичкиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 58. За поедини години од разгледуваниот период нема податоци за туристичкиот промет во општините Бојник, Власотинце и Лебане.

Табела 57 Доаѓања на туристи во општините од Јабланички округ во периодот 2005 - 2015

Година	Бојник	Власотинце	Лебане	Лесковац	Медвеѓа	Црна Трава
2005	-	-	7	11.925	7.770	122
2006	-	-	437	10.296	6.497	41
2007	20	187	-	12.863	8.078	114
2008	22	463	-	12.768	8.334	92
2009	23	590	13	11.885	7.006	138
2010	16	674	571	12.873	6.701	56
2011	5	680	514	12.942	6.372	268
2012	-	885	481	14.176	4.735	262
2013	-	866	59	16.603	5.598	290
2014	-	830	8	15.811	5.721	27
2015	-	923	58	14.000	5.802	7

Извор: Податоци од публикации Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табела 58 Ноќевања на туристи во општините од Јабланичкиот округ во периодот 2005 -2015

Година	Бојник	Власотинце	Лебане	Лесковац	Медвеѓа	Црна Трава
2005	-	-	19	21.742	67.329	251
2006	-	-	616	21.880	53.790	168
2007	20	590	-	22.635	70.574	294
2008	38	1.537	-	21.122	74.508	264
2009	23	1.516	36	18.352	67.551	486
2010	27	1.641	849	18.409	67.546	178
2011	7	1.514	849	16.836	58.558	4.311
2012	-	2.250	658	19.614	45.852	4.662
2013	-	1.825	79	22.987	51.426	5.229
2014	-	1.881	216	22.096	48.471	246
2015	-	2.151	554	20.551	46.995	28

Извор: Податоци од публикации Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табелата 59 покажува движење на бројот на доаѓања и ноќевања на домашни и странски туристи во Пчињскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година. На основа на податоците од табелата може да се воочи дека е многу поголемо учеството на домашни во однос на странски туристи во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристи. Најголем

вкупен број на доаѓања и ноќевања на туристи во Пчињскиот округ остварен е во 2007 година (29.343 доаѓања и 139.515 ноќевања), а најмал вкупен број доаѓања и ноќевања на туристи остварен е во 2015 година (18.333 доаѓања и 62.536 ноќевања). Вкупниот број доаѓања на туристи варираше во разгледуваниот десетгодишен период, додека вкупниот број ноќевања на туристи од 2007 година постојано се намалува.

Табела 59 Доаѓања и ноќевања на туристи во Пчињскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Доаѓања на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2005	26.921	23.200	3.721	126.084	115.218	10.866
2006	26.319	22.755	3.564	118.918	109.313	9.605
2007	29.343	25.234	4.109	139.515	129.929	9.586
2008	29.023	25.005	4.018	131.146	121.940	9.206
2009	24.132	20.128	4.004	116.167	108.236	7.931
2010	24.442	19.974	4.468	116.137	107.008	9.129
2011	24.511	19.704	4.807	109.110	99.311	9.799
2012	21.689	16.596	5.093	88.105	79.130	8.975
2013	21.055	15.948	5.107	80.978	71.838	9.140
2014	22.282	16.319	5.963	64.803	55.838	8.965
2015	18.333	13.746	4.587	62.536	54.613	7.923

Извор: Податоци од публикации Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Табела 60 Доаѓања на туристи во општините на Пчињскиот округ во период 2005 - 2015

Година	Босилеград	Бујановац	Владичин Хан	Град Врање	Прешево	Сурдулица	Трговиште
2005	237	5.554	954	15.581	357	4.238	-
2006	10	4.619	944	16.440	492	3.814	-
2007	228	4.902	1.476	15.717	510	6.510	-
2008	267	5.544	1.350	16.750	239	4.873	-
2009	223	4.787	1.637	14.007	77	3.401	-
2010	408	3.903	1.875	14.363	157	3.736	-
2011	411	3.997	2.434	14.359	68	3.242	-
2012	565	3.112	2.507	12.223	53	3.229	-
2013	1.027	2.739	1.696	12.101	12	3.480	-
2014	745	2.369	1.824	13.535	3	3.806	-
2015	1.285	2.676	1.065	8.263	433	4.611	-

Извор: Податоци од публикации Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Податоци за број на остварени доаѓања на туристи во поедини општини на Пчињскиот округ во периодот од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 60. Податоци за број на остварени ноќевања на туристи во поедини општини на Пчињскиот округ во период од 2005 до 2015 година се наоѓаат во табела 61.

Најголем број доаѓања и ноќевања на туристите, кога се во прашање градот Врање и општините од Пчињскиот округ, забележан е во Врање каде посебно внимание на туристите

им привлекува културно - историското наследство и Врањска Бања со највисока температура на водата во Европа - температура на водата од 94°C до дури 110°C (<http://www.vranjskabanja.co.rs>).

Табела 61 Ноќевања на туристи во општините од Пчињскиот округ во периодот 2005 - 2015

Година	Босилеград	Бујановац	Владичин Хан	Град Врање	Прешево	Сурдулица	Трговиште
2005	631	45.082	1.529	58.485	541	19.816	-
2006	14	42.813	2.632	53.339	2.115	18.005	-
2007	897	41.948	3.414	64.664	1.505	27.087	-
2008	646	42.146	2.639	69.763	691	15.261	-
2009	642	47.016	2.280	55.255	119	10.855	-
2010	2.901	35.953	3.397	62.320	550	11.016	-
2011	1.129	34.835	5.825	58.064	169	9.088	-
2012	2.237	25.914	3.808	47.950	177	8.019	-
2013	2.679	22.826	2.426	45.104	19	7.924	-
2014	1.634	16.435	1.845	37.315	3	7.571	-
2015	1.812	16.652	1.068	29.860	2.834	10.310	-

Извор: Податоци од публикациите Општинe у Србији 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, Општинe и региони у Републици Србији 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016

Покрај тоа, значаен број доаѓања и ноќевања на туристи во Пчињскиот округ се остварува во општините Бујановац и Сурдулица (на чија територија се наоѓа Власинско Езеро). Многу помал број доаѓања и ноќевања на туристи се остварува во општините Владичин Хан, Босилеград и Прешево, додека за општина Трговиште не постојат податоци за туристичкиот промет.

3. Унапредување на заштитата и третманот на природното и културното наследство во туризмот

Како би се обезбедиле ефикасни и активни мерки за заштита, чување и претставување на културното и природното наследство, според Конвенцијата за заштита на светското културно и природно наследство, секоја држава треба да (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation, 1972, p. 3):

- Усвои општа политика која има за цел на природното и културното наследство да му даде функција во животот на заедницата и да интегрира заштита на тоа наследство во сеопфатни програми на планирање;
- Воспостави (доколку не постојат) еден или повеќе сервиси за заштита, чување и презентација на културното и природното наследство со соодветни лица и средства за извршување на нивните функции;

- Развива научни и технички студии и истражувања и работи на создавање оперативни методи кои ќе овозможат спречување на опасности кои можат да го загорат културното или природното наследство;
- Презема соодветни правни, научни, технички, административни и финансиски мерки неопходни за идентификација, заштита, конзервација и презентација на ова наследство;
- Да поттикне основање или развој на национални или регионални центри за обука за заштита, чување и презентација на културното и природното наследство, како и да поттикне научни истражувања во оваа област.

Според Законот за заштита на природата, („Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 91/2010 и 14/2016), заштита и чување на природата обезбедуваат државата; автономната покраина; градот или општината; управувач на заштитеното подрачје; правни лица, претприемачи и физички лица кои во извршувањето на стопански и други дејности користат природни ресурси и заштитени природни добра; стручни и научни организации и други јавни служби, граѓани, групи граѓани, здруженија, професионални или други организации (член 6). Секој од овие субјекти во рамките на своите овластувања треба да реализира активности со цел заштита и унапредување на природното наследство. Заштита на природата се спроведува со (Закон о заштити природе, „Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 91/2010 и 14/2016, член 7):

- Утврдување и процена на состојбата, појавите и процесите во природата;
- Воспоставување и утврдување на заштитените природни добра и систем за следење на нивната заштита;
- Спроведување мерки за заштита на природата и пределите;
- Утврдување услови и мерки за заштита на природата и заштитените природни добра и предели;
- Одржливо користење на природните ресурси и заштитените природни добра и контрола на нивното користење;
- Изработка на извештај за состојбата на природата, донесување и спроведување стратегии, програми, акциони и санациони планови и планови на управување;
- Ублажување на штетните последици кои настанале со активности во природата, користење на природните ресурси или природни катастрофи;
- Поврзување и ускладување на националниот систем за заштита на природата со меѓународниот систем за заштита на природата;
- Поттикнување на научен и стручен труд во областа за заштита на природата;

- Известување на јавноста за состојбата на природата и учествување на јавноста во одлучување за заштита на природата;
- Поттикнување и промоција за заштита на природата, развивање на свест за потребата за заштита на природата во процесот на воспитување и образование;
- Вклучување на локалните заедници во следење на состојбата, заштитата и унапредување на природата.

Дејноста за заштита на културните добра подразбира (Закон о културним добрима Републике Србије „Сл. гласник РС“, бр. 71/94, 52/2011 др. закони и 99/2011 - др. закон, член 65):

- Истражување и евидентирање на добрата кои уживаат заштита;
- Предлагање и утврдување на културните добра;
- Водење регистри и документација за културните добра;
- Давање стручна помош за чување и одржување на културните добра на корисниците на тие добра;
- Грижење за користењето на културните добра во цели одредени со овој закон;
- Предлагање и пратење на спроведувањето на мерки за заштита на културните добра;
- Собирање, средување, чување, одржување и користење на подвижните културни добра;
- Спроведување мерки на техничка и физичка заштита на културните добра;
- Издавање публикации за културните добра и за резултатите од работата на нивната заштита;
- Изложување на културните добра, организирање предавања и други пригодни облици на културно - образовната дејност;
- Други дејствија во областа на заштитата на културните добра утврдени на основа на Законот за културни добра.

Со оглед на видот на културните добра, нивната заштита ја вршат различни установи. Според Законот за културните добра на Република Србија („Сл. гласник РС“, бр. 71/94, 52/2011 др. закони и 99/2011 - др. закон, член 74):

- Заводот за заштита на споменици на културата врши дејност за заштита на споменици на културата, просторни културно - историски целини, археолошки наоѓалишта и знаменити места.
- Музејот врши дејност за заштита на уметничко - историските дела.

- Архивот врши дејност за заштита на архивскиот материјал.
- Кинотеката врши дејност за заштита на филмскиот материјал.
- Работите за заштита на знаменитите места и заштита на природните простори во заштитената околина и неподвижните културни добра ги извршува установа која врши дејност за заштита на природата.
- Дејност за заштита на стари и ретки книги вршат библиотеки кои имаат фондови на стари и ретки книги и работници со соодветна стручна спрема кои се оспособени за вршење работи во дејностите за заштита на културните добра.

Развојот на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија треба да се планира така да се обезбеди рационално користење на природната средина и културно - историското наследство, како и афирмација на автентични и специфични природни и антропогени вредности во туристичките дестинации. Пред реализацијата на активностите врзани за развој на туризмот, посебно внимание треба да се посвети на мерење на квалитативните и квантитативните последици од туристичкиот развој на конкретно подрачје. Пред с'е, треба да се согледа влијанието кое тој развој го има на природното и културно наследство и да се согледаат повеќе можни алтернативи пред изборот на соодветна алтернатива. Потребно е континуирано да се спроведуваат активности кои имаат за цел заштита и унапредување на природното и културно наследство. Во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓа еден национален парк, неколку паркови на природата, голем број предели со извонредни одлики, строги и специјални резервати на природата и споменици на природата. Покрај тоа, во регионот на Јужна и Источна Србија се наоѓа еден локалитет кој е на Листата на светското наследство на УНЕСКО. Тоа е археолошкиот локалитет Феликс Ромулијана (Гамзиград) кај Заечар. Овој локалитет на Унесковата Листа на светско наследство се наоѓа од 2007 година. За упис на Листата на светско наследство на УНЕСКО Србија номинирала повеќе локалитети, од кои некои се наоѓаат во регионот на Јужна и Источна Србија. Тоа се следните локалитети: археолошко наоѓалиште Justiniana Prima - Царичин Град (Јабланички округ); Неготински пивници - комплекс вински подруми кај Неготин (Борски округ); Смедеревска тврдина (Подунавски округ); националниот парк Ѓердап; споменикот на природата Ѓаволја варош (Топлички округ).

4. Структурирање на одржливиот развој на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија

Основен принцип на одржливиот развој на туризмот е сегашните генерации да развиваат туризам на начин кој нема да ги оневозможи идните генерации, во иста или поголема мера, да ги задоволуваат своите туристички потреби и да развиваат туризам, обезбедувајќи истовремено своја егзистенција. Само ако кај сите субјекти вклучени во развојот на туризмот се развие свест за значењето на одржливиот развој, можно е да се обезбеди континуирано задоволување на основните потреби на туристите, но и локалното население во туристичките места. Одржливиот туризам не значи остварување на краткорочни резултати, туку подразбира остварување на долгорочни ефекти од економски, социолошки и еколошки аспект (Јовичиќ, 2000).

Негативните еколошки, социјални и културни последици, кои се јавуваат како резултат на експанзивниот и неконтролираниот развој на туризмот укажуваат на потреба туристичката дејност да се посматра низ концепција за одржлив развој. Во одржливиот развој на туризмот значајна е улогата на сите учесници и носители на туристички активности. Тие треба своите активности да ги прилагодуваат на принципите на одржлив развој на туризмот. Во одржливиот развој на туризмот посебно е важна можноста животната средина да обезбеди долгорочна и стабилна развојна основа. Задачата на развојот на туризмот во современи услови е, значи, преминување на концепт на одржлив развој на туризмот. За таа задача да се исполни потребно е, пред с'е во туристичките дестинации, да се спроведат извесни трансформации и да се преземат поттикнувачки економски, стимулативни, еколошки, просторно - плански, развојни и други мерки и активности. Тие мерки и активности треба да го насочат современиот развој на туризмот кој е заснован на принципите на одржлив развој.

Принципите на одржливиот развој на туризмот и насоките за управување со таков развој важат за сите облици на туризмот, во сите типови туристички дестинации. Развојот на одржливиот туризам е континуиран процес кој бара активно учество на сите релевантни учесници. Во процесот на одржливиот развој на туризмот неопходно е постојано да се следи влијанието на туристичките активности на животната средина. На основа на тоа треба да се преземат превентивни и корективни мерки како би се спречиле или ублажиле негативните влијанија на развојот на туризмот на животната средина.

Одржливиот туризам, покрај останатото, би требало да (World Tourism Organization, *Sustainable Development of Tourism*, достапно на <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>):

- овозможи оптимално користење на природните ресурси кои претставуваат клучен елемент во развојот на туризмот, одржувајќи ги битните еколошки процеси и помагајќи го зачувувањето на природните наследства и биодиверзитетот;
- ја почитува социо - културната автентичност на заедницата на домаќините;
- го зачува изграденото и живо културно наследство и традиционалните вредности и придонесе за интеркултурното разбирање и толеранција;
- обезбеди одржливи, долгорочни економски работи, даде општествено - економска корист, вклучувајќи и можност за вработување и стекнување заработка на локалното население што придонесува за намалување на сиромаштијата.

Во рамките на долгорочното планирање на одржливиот развој на туристичките дестинации во регионот на Јужна и Источна Србија потребно е туризмот да се разгледува заедно со останатите комплементарни дејности. Со оглед на тоа дека во процесот на развојот на туризмот се вклучени бројни учесници на страна на понудата и побарувањето, може да дојде до спротивставени интереси меѓу поединци и групи и на страна на понудата и на страна на побарувањето. Затоа е потребно да се прилагодат интересите на сите учесници. На тој начин можно е да се остварат позитивни ефекти и да се задоволат интересите на сите заинтересирани страни. Развојот на туризмот во дестинациите од регионот на Јужна и Источна Србија треба да се заснова на пристап кој едновременно ги нагласува чувањето на животната средина и социјалниот интегритет, оптималното задоволување на потребите на туристите и остварување економска корист. Таков развој, значи, бара интегрален и комплексен пристап. Адекватниот пристап треба да воспостави рамнотежа меѓу потребите на туристите и месното население, да ја максимизира користа за едните и другите и да ги минимизира негативните ефекти од развојот на туризмот по вкупното опкружување.

При реализација на соодветниот пристап неопходно е да се избегнуваат сите активности кои негативно влијаат на животната средина. Доколку постои можност одредена планирана активност да создаде некој негативен ефект, треба да се избере друга опција. Доколку, меѓутоа, не може да се избегне присуството на негативни ефекти, потребно е да се преземаат активности кои тие негативни ефекти ќе ги сведат на минимум.

Во литературата често се сретнуваат четири основни принципи на одржливиот развој, кои се засновани на четири столба на одржливост: економска, еколошка, културна и социјална одржливост (Симић, 2011):

- **Економската одржливост** се согледува во обезбедување профитабилност на краток и долг рок. Многу е важно, притоа, да се развијат меѓусекторски партнерства во

целиот синџир на понудите, да се користат меѓународни насоки за обука на кадри, да се развиваат производи кои ќе содржат повеќе различни туристички активности и ќе обезбедат финансиско поттикнување за претпријатијата поради усвојување на принципот на одржливост.

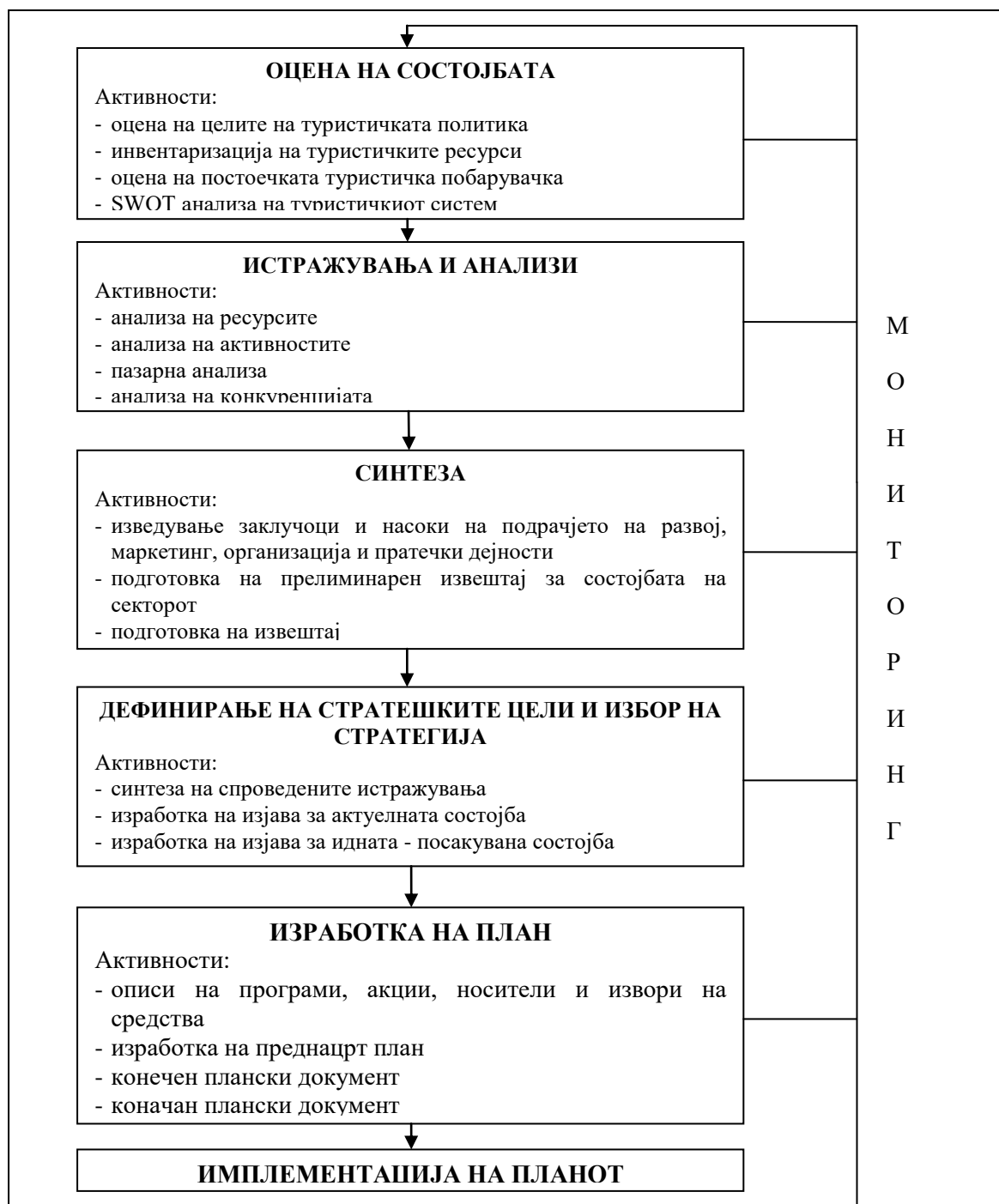
- **Еколошката одржливост** подразбира развој кој е во склад со одржувањето на основните еколошки процеси и биолошките разновидности. Таков развој бара донесување и почитување на кодексот на однесување на сите нивоа, дефинирање на насоките за работење во туризмот, проценка на влијанието на туристичката дејност на животната средина и формулирање на развојните стратегии кои се во склад со вкупните цели на одржливиот развој. Овде е посебно значајно промовирање на одговорно однесување на туристите.
- **Културната одржливост** се однесува на развој кој е компатибилен со традиционалните културни вредности на локалните заедници. Културната одржливост влијае на јакнење на културниот идентитет на локалните заедници низ воспоставување на образовните програми и обуки за управување со културните ресурси и културното наследство и низ чување на културните разновидности.
- **Социјалната одржливост** акцентот го става на добробит на локалната заједница и користа која локалното население ќе ја има од одржливиот развој на туризмот. Овој столб на одржливост ја истакнува потребата локалната заедница да остварува контрола над развојот на туризмот и туристичкиот сектор да обезбеди вработеност на локалното население.

Во процесот на одржливиот развој на туризмот, покрај другото, треба да се применат стандарди од серијата ISO 14000 кои се однесуваат на управување со животната средина. При планирањето на одржливиот развој на туризмот треба да се имаат во предвид специфичностите на туристичките места и во склад со нив да се поставуваат цели и стратегии за развој. Успешното остварување на целите кои произлегуваат од концепцијата за одржлив развој на туризмот бара следење на сегашните и идните движења и трендови во многу поширок контекст. За да се остварат планираните резултати на ниво на конкретните туристички дестинации во поглед на одржливиот развој на туризмот потребно е придржување на соодветните принципи на одржливиот развој. Остварувањето на позитивни ефекти бара суштински промени кај сите учесници во туризмот, од туристичкото стопанство како носител на понуда, до туристот како корисник на туристичките услуги.

5. Креирање мониторинг систем за следење на развојните политики во Јужна и Источна Србија

Дефинирањето на мониторинг системот е од суштинско значење при формулирањето и имплементацијата на развојните политики. Мониторингот овозможува на подобар начин да се насочува процесот на реализација на развојните политики, како и подобро да се управува со тој процес.

Слика 30 Фази во процесот на интегрално планирање



Извор: Благојевиќ, 2009, стр. 208, според Петрић Л. у: Дулчић А., *Управљање развојет туризма*, Мате, Загреб, 2005, стр. 38.

Мониторингот, значи, овозможува континуирано следење на процесот на реализација на развојните политики. Цел е континуирано споредување на остварените и планираните резултати, благовремено идентификување на проблемите и утврдување на причините за тие проблеми. Мониторингот покажува што е добро сработено, а што не, и дава информации кои овозможуваат подобро да се согледа моменталната состојба, да се планираат идни активности и да се предложат мерки да би се оствариле поставените цели. Низ тој процес се утврдува во која мера се остварени поставените цели, а остварените резултати се презентираат во извештаите за спроведувањето.

За на ефикасен и ефективен начин да се следат активностите во текот на реализацијата на развојните политики во областа, потребно е уште во фазата на планирање да се дефинира соодветна рамка за мониторинг. Потребно е јасно да се дефинира што ќе се следи, како, кога, кој ќе ги реализира мониторинг активностите и ќе биде одговорен за реализација на мониторинг активностите.

VII МЕТОДОЛОГИЈА И РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

Локалната заедница и локалното население имаат големо влијание на развојот на туризмот на одреден простор, посебно ако се работи за рурални подрачја. Локалната заедница би требало активно да учествува во проекти кои се однесуваат на развој на туризмот на нејзиното простор (Ковачевиќ, 2014 според Fleischer, Felsenstein, 2000; Perales, 2002; Томка, 2003). Улогата на локалното население е значајна при креирањето на туристичката понуда. Затоа е неопходно, низ континуирана едукација на населението, да се образложи значењето на развојот на туризмот и придобивките кои локалната заедница би ги имала од развојот на туризмот (Ковачевиќ, 2014). Авторот Петровиќ (2014) констатира дека „односот на ставовите на локалното население кон туризмот, односно туристичкиот развој, е многу комплексен и динамичен феномен каде цела палета фактори произведува различни влијанија на мислењето и односот на резидентите кон туризмот“ (стр. 143). Почетните истражувања за влијанието на развојот на туризмот врз локалното население од руралните простори, спроведени се во текот на седумдесеттите и осумдесеттите години на 20 век. Цел на тие истражувања била да се согледаат економските, општествените и еколошките ефекти од реализацијата на туристичките активности во одредено рурално подрачје.

Емпирискиот дел од докторската дисертација се однесува на истражување кое е спроведено како би се согледале можностите за развој на туризмот, како и влијанието на развојот на туризмот на ставовите на локалното население во регионот на Јужна и Источна Србија. Целта беше да се согледа ставот на локалното население за моменталната состојба, како и за можностите за развој на туризмот во регионот. Во ова поглавје ќе биде претставена методологијата на истражувањето, резултатите добиени со користење соодветни статистички методи, како и нивната анализа низ соодветно образложение и толкување.

1. Методологија на истражувањето

Во поднасловот кој се однесува на методологијата на истражувањето ќе бидат опишани местото и времето на истражување, фазите во процесот на истражување, начинот на одредување на примероци, користени инструменти за истражувањето, како и методите на статистичката обработка и анализа на користените во истражувањето.

1.1. Место и време на истражување

Истражувањето на тема „Можности за развој на туризмот и согледување на влијанието на развојот на туризмот на ставовите на локалното население“ реализирано е на територија на регионот Јужна и Источна Србија, во секој округ на регионот. Истражувањето во овој регион е реализирано во период од август до ноември 2017 година. Цел била да се испитаат ставовите на локалното население за можностите и влијанието на развојот на туризмот на тоа подрачје.

1.2. Фази во истражувањето

Анкетното истражување го реализирал авторот на дисертацијата со помош на двајца анкетари. Пред почетокот на реализацијата на истражувањето авторот на дисертацијата и анкетарите имале консултации со цел што подобра реализација на процесот на истражување. При таа прилика анкетарите од страна на авторот на дисертацијата добиле детални упатства за спроведување на анкетното истражување и се запознале со структурата на анкетниот прашалник.

Истражувањето е спроведено во неколку фази. **Во првата фаза** на истражувањето, консултирана е научна и стручна литература која се однесува на развој на туризмот, пред с'е, во руралните подрачја, на значењето на развојот на туризмот во тие подрачја, ставовите и мислењата на месното население за реализација на туристичката активност. Покрај тоа, согледани се и извори кои се во склад со темата и предметот на докторската дисертација. Освен тоа, во оваа фаза одреден е примерок за истражување и креиран е анкетен прашалник кој ќе се користи како инструмент во истражувањето. **Во втората фаза** реализирано е истражување на територија на регионот Јужна и Источна Србија. На тај начин, во рамките на оваа фаза испитани се ставови и мислења на локалното население за можностите и влијанието на развојот на туризмот на овој простор. Анкетарите добиле додатни упатства во случај, во текот на реализацијата на истражувањето, при пополнувањето на прашалниците, испитаниците да покажат дека постои нејаснотија во врска со прашањата наведени во анкетниот прашалник. **Во следната, трета фаза** извршена е проверка на квалитетот на пополнетите прашалници и добиените податоци. Подоцна е извршен внес на податоците од правилно пополнетите прашалници во програмата, извршена е статистичка обработка на податоците и анализа на резултатите кои се добиени при истражувањето. **Во четвртата фаза** се дошло до соодветни заклучоци за спроведеното истражување и резултатите од истражувањето.

1.3. Одредување примероци за истражувањето

Во трудот кој во 1994 година го напишале Ланкфорд и Хауард (Lankford & Howard) под наслов „Развој на скалата за мерење на влијанието на развојот на туризмот на ставовите на локалното население“ осмислен е единствен модел за мерење на влијанието на развојот на туризмот на ставовите на локалното население. Тоа е *TIAS* скала (енг. *Tourism Impact Attitude Scale*) која најчесто се користи за мерење на влијанието на развојот на туризмот врз ставовите на локалното население во руралните подрачја. *TIAS* скалата не е доволно користена за испитување на ставовите и мислењата на населението во урбаните подрачја. Тоа се наведува како нејзин недостаток. Од појавата на овој модел до денас, тој е користен за мерење на влијанието на развојот на туризмот на ставовите на локалното население во бројни студии на случаите во различни делови на светот, што може да се види во табела 62.

Табела 62 Истражувања на влијанието на туризмот на ставовите на локалното население (каде директно или индиректно е користена *TIAS* скалата)

Истражувач и година на истражување	Број на испитаници	Географска локација на студиите на случаите	Број на добиени фактори
Lankford & Howard, 1994	N=1436	Орегон и Вашингтон, САД	Два
Lankford et al., 1994	N=499	Остров Тајван, Кина	Пет
Burns, 1996	N=102	14 селски населби, Соломонски Острови	Два
Rollins, 1997	N=405	Остров Ванкувер, Канада	Четири
Schneider et al., 1997	N=971 N=257 N=177 N=112	Кина Индонезија Јордан Јапонија	Пет Три Пет Три
Ap & Crompton, 1998	N=958	Тексас, САД	Два
Andereck & Vogt, 2000	N=500	Седум селски насеби, САД	Два
Mason & Cheyne, 2000	N=120	Нов Зеланд	Два
Vesey & Dimanche, 2001	N=227	Луизијана, САД	Два
Ko & Stewart, 2002	N=732	Остров Чеџу-до, Јужна Кореја	Седум
Harrill & Potts, 2003	N=404	Јужна Каролина, САД	Три
Wang et al., 2006	N=130	Северна Каролина, САД	Два
Wang & Pfister, 2008	N=130	Северна Каролина, САД	Два
Nunkoo & Ramkissoon, 2011	N=363	Остров Маврициус	Шест
Kunasekaran et al., 2011	N=325	Малезија	Девет
Vargas-Sánchez et al., 2011	N=400	Покраина Хуелва, Шпанија	Два
Long, 2012	N=417	Виетнам	Два
Woosnam, 2012	N=446	Тексас, САД	Два
Kim et al., 2013	N=321	Вирџинија, САД	Девет

Извор: Петровић, М. (2014). *Квалитет агротуризма Војводине и негов утицај на ставове локалног становништва*, Докторска дисертација, Природно-математички факултет, Нови Сад

Авторот Петровиќ (2014) во наведената табела ги прикажал авторите кои во периодот од 1994 до 2013 година директно или индиректно ја користеле *TIAS* скалата во своите трудови и истражувања, како и величината на примероците и географската локација на конкретните студии на случаи. Податоците од табелата покажуваат дека постои голема разлика во големината на примероците (број на испитаници) кои учествувале во истражувањата на наведените автори. Податоците, исто така, покажуваат дека некои од наведените истражувања се базирани на примерокот кој е помал од 200 испитаника - Burns, 1996 (N=102); Schneider et al., 1997 (N=177 и N=112); Mason & Cheyne, 2000 (N=120); Wang et al., 2006 (N=130); Wang & Pfister, 2008 (N=130). Најголем број истражувања прикажани во табелата, меѓутоа, базиран е на примероци кои чинат 200 до 500 испитаници - Lankford et al., 1994 (N=499); Rollins, 1997 (N=405); Schneider et al., 1997 (N=257); Andereck & Vogt, 2000 (N=500); Vesey & Dimanche, 2001 (N=227); Harrill & Potts, 2003 (N=404); Nunkoo & Ramkissoon, 2011 (N=363); Kunasekaran et al., 2011 (N=325); Vargas-Sánchez et al., 2011 (N=400); Long, 2012 (N=417); Woosnam, 2012 (N=446); Kim et al., 2013 (N=321). Во разгледуваниот период неколку истражувања се базирани на поголеми примероци кои сочинуваат повеќе од 500 испитаници - Lankford & Howard, 1994 (N=1436); Schneider et al., 1997 (N=971); Ap & Crompton, 1998 (N=958); Ko & Stewart, 2002 (N=732).

Имајќи ги во предвид величините на примероците кои се анализирани во наведените истражувања, како и тоа дека најголем број од овие истражувања е заснован на примероци кои сочинуваат 200 до 500 испитаници, може да се заклучи дека примерокот од 322 испитаника (N=322) е репрезентативен за анализа. Со ова истражување, значи, во регионот на Јужна и Источна Србија опфатени се 322 испитаника кои имале можност да ги искажат своите ставови за влијанието на развојот на туризмот на ова подрачје.

1.4. Инструменти на истражувањето

Емпирискиот дел од докторската дисертација се однесува на истражување кое е спроведено со метод на анкета како би се согледале ставовите на локалното население по прашање на можности за развој и влијание на развојот на туризмот на подрачјето на Јужна и Источна Србија. За потребите на ова истражување користен е анкетен прашалник, кој претставувал и инструмент на истражувањето. Податоците се собрани со примена на модифициран прашалник составен со помош на стандардизирана *TIAS* скала за мерење на влијанието на развојот на туризмот на ставовите на локалното население во дадените подрачја.

Анкетниот прашалник е составен така да претставува комбинација на отворени прашања и затворени прашања кои нудат избор од повеќе понудени одговори. Овој прашалник го сочинуваат 45 прашања кои се поделени во три групи (прилог 1). Првата група ја сочинуваат прашања кои се однесуваат на социо - демографските показатели (6 прашања). Втората и третата група ја сочинуваат прашања кои се однесуваат на ставовите на локалното население по прашање на влијанието на развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија, при што втората група се однесува на независни варијабли (12 прашања), а третата група на зависни варијабли (27 прашања). Испитаниците биле во можност да искажат степен на согласување со исказите наведени во анкетниот прашалник и тоа на петтостепена скала од Ликертов тип (каде 1 е потполно несложување, а 5 потполно сложување со наведениот исказ). Дел од прашалникот содржел објаснување кое укажува на целта на истражувањето и напомена дека анкетирањето е анонимно, како и дека резултатите од истражувањето ќе бидат користени исклучиво во научно - истражувачка цел. Нагласено е дека анкетирањето е анонимно како би се дошло до што поискрени одговори на поставените прашања.

Анкетниот прашалник е дистрибуиран до испитаниците во печатена форма. Дистрибуирани се 350 прашалници, додека правилно се пополнети 322, што е и бројот на испитаници кои учествувале во реализација на истражувањето. Значи, 92% испитаника одговориле на повикот да одговорат на прашањата кои се содржани во прашалникот. „Според теоретичарот Бабију (Babbie, 1986) стапката на одзив меѓу испитаниците која е на ниво од 70% или над тој удел се смета за многу добар показател на прифатеност на мерната скала“ (Петровиќ, 2014, стр. 166).

1.5. Методи на статистичката обработка и анализи користени во истражувањето

Откако податоците се собрани со метод на анкетирање, следел внес на податоците во статистичкиот софтвер IBM SPSS 20.0 (енг. Statistical Package for the Social Sciences). По внесувањето на податоците во програмата извршена е статистичка обработка на податоците и добиени се резултати кои можат понатака да се анализираат и толкуваат. Статистичката обработка на податоците извршена е со помош на методи како што се:

- Утврдување на доверливост на инструментите на истражувањето;
- Дескриптивна статистика;
- Т-тест;
- Еднофакторска анализа на варијансата (ANOVA).

Важно е да се согледа *доверливоста на анкетниот прашалник*, односно, внатрешноста на конзистентноста на скалата која е користена во истражувањето. Доверливоста на анкетниот прашалник е испитана со помош на Кронбаховиот алфа коефициент (*Cronbach's Alpha Reliability Coefficient*). Овој коефициент во досегашните истражувања најчесто се користел за утврдување на доверливост на скалата, односно за утврдување на степенот на сродност на ставките кои се составен дел од скалата. Авторот Стаменковиќ (2016) наведува според авторот DeVellis (2003) дека „вредноста на Кронбаховиот алфа коефициент би требало да биде поголема од 0,7 како валидноста на инструментите на истражувањето би била потврдена“ (стр. 104).

Разгледуваниот примерок е опишан на основа добиените податоци со примена на *дескриптивна статистичка анализа*. Со примена на оваа метода одредени се следните параметри на дескриптивна статистика: фреквенција; процент; аритметичка средина, медијана, модус и стандардна девијација. Авторот Петровиќ (2014) фреквенцијата (f) ја дефинира како „апсолутен број на испитаници кои постигнале одреден резултат на некој зададен мерен инструмент – анкетен прашалник, тест, набљудување“ (стр. 178). Во продолжение авторот Петровиќ (2014) го дефинира процентот (%) како „релативна мера на пребројување која покажува однос на бројот на случаи на една категорија спрема вкупниот број испитаници помножен со бројот 100“ (стр. 179). „Аритметичка средина е збир на сите вредности на обележјата поделен со нивниот број“ (Ѓорђевиќ, 2006, стр. 54). Според зборовите на авторите Марјановиќ, Михаиловиќ & Спасиќ (2016) стандардна девијација претставува просечна оддалеченост на вредностите на обележјата од аритметичката средина. Некои вредности на обележјата се поблиски вредности до стандардната девијација, додека други вредности на обележјата се подалеку од тие вредности. Таа претставува минимално средно отстапување на вредностите на обележјата од аритметичката средина и се пресметува како квадратен корен на величината на варијансата (стр. 63).

Авторот Стаменковиќ (2016) наведува според авторите Турјачанин & Чекрлија (2006) дека: *T-тест за независни примероци* (енг. *Independent samples T-test*) се применува со цел споредување на аритметички средини на две групи испитаници (според полот) и одредување статистичка значајност на нивните разлики. Овој вид статистичка анализа го користиме кога сакаме да утврдиме дали постои статистички значајна разлика во просечниот резултат на мерење на некое обележје со две групи (стр. 105).

Како би се утврдило дали постои статистички значајна врска меѓу зависните варијабли (ставови на локалното население по прашање на можностите за развој на туризмот) и независните варијабли (социо - демографски карактеристики на населението) ќе

се користи *еднофакторска анализа на варијанса ANOVA* (*Analysis of variance – Anova*). Според зборовите на авторката Јовичиќ (2015) еднофакторската анализа на варијансата го истражува влијанието на една независна променлива врз зависна, при што независните променливи се нарекуваат фактори на влијание, а нивниот ефект се одразува на ниво на зависна променлива (стр. 77). „За разлика од Т-тестот кој го објаснува односот меѓу две различни групи, анализата на варијансата се користи во споредување на три или повеќе различни групи“ (Петровиќ, 2014, стр. 195).

2. Резултати од истражувањето

Во овој дел од поглавјето ќе бидат претставени резултатите добиени со примена на метод на статистичка обработка и анализи кои се наведени и образложени во делот кој се однесува на методологијата на истражувањето. Според тоа, ќе биде извршена анализа на резултатите и соодветно толкување. Најпрво е утврдена доверливоста на инструментите на истражувањето (анкетниот прашалник), потоа е извршена презентација и толкување на резултатите добиени со примена на дескриптивна статистичка анализа, извршена е анализа на резултатите добиени со примена на Т-тест и на крајот следи презентација и толкување на резултатите добиени со примена на еднофакторска анализа на варијансата (ANOVA).

2.1. Утврдување на доверливост на прашалникот (Кронбахов алфа коефициент)

При секое истражување многу е важно да се утврди доверливоста на прашалникот (мерниот инструмент). На тој начин се утврдува колку е тестот прецизен. Постојат повеќе методи за процена на коефициентот на доверливост. Еден од најчесто користените методи е методот на интерна конзистентност. Да би ја утврдиле доверливоста на тестот, ќе го користиме Кронбаховиот алфа коефициент (енг. Cronbach's Alpha Reliability Coefficient). Вредноста на овој коефициент зависи од бројот на ставки во прашалникот. Може да се рече дека тестот е доверлив доколку вредноста на алфа коефициентот се движи меѓу 0,80 и 0,90, додека тестовите чија вредност на алфа коефициентот се над 0,90 се сметаат за многу високо доверливи (Турјачанин & Чекрлија, 2006). Кронбаховиот алфа коефициент за цел прашалник кој е користен во ова истражување и кој има 45 прашања, изнесува 0,833. Имајќи ја во вид вредноста на алфа коефициентот може да се воочи дека избраниот мерен инструмент е доверлив, со оглед на тоа дека вредноста на коефициентот се наоѓа во интервал од 0,80 до 0,90.

2.2. Дескриптивна статистика

Авторите Турјачанин & Чекрлија (2006) наведуваат дека „дескриптивните статистички мерки претставуваат основни мерки со кои на основа добиените податоци го опишуваме нашиот примерок“ (стр. 63). За да се истражи дистрибуцијата на одредени варијабли (прашања) и да би се преброиле групирани одговори, се користат основните фреквенции (Живковиќ, 2015). Покрај фреквенциите, во описот на резултатите од истражувањето се користат и проценти. Авторите Турјачанин & Чекрлија (2006) укажуваат на тоа дека „разлика меѓу фреквенција и процент е во тоа што фреквенциите укажуваат на бројот на случаи кои припаѓаат само на една категорија, додека процентите говорат за односот на бројот на случаи (испитаници) од една категорија со вкупен број случаи“ (стр. 65). Во продолжение ќе биде прикажана структурата на испитаниците според полот, годините на старост, степенот на образование, работниот статус, просечните месечни примања и местото на престојување. Покрај тоа, ќе биде прикажана структурата на испитаници според независните варијабли на *TIAS* скала, како и структурата на испитаници според зависните варијабли на *TIAS* скала кои се однесуваат на можностите за развој на туризмот во местото на престој на испитаниците.

Табела 63 Структура на испитаници според полот (фреквенции и проценти)

Пол	f	%
Машки	138	42,9
Женски	184	57,1
Вкупно	322	100,0

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоците во програма SPSS 20.0.

По извршената анализа на структурата на испитаници според полот, може да се заклучи дека од вкупниот број испитаници кои учествувале во истражувањето 57,1% се жени и 42,9% мажи. Структурата на испитаници според полот прикаана е во табела 63.

Важно е да се согледа и старосната структура на испитаници, со оглед на тоа дека постои можност за искажување различни ставови по прашање на можностите за развој на туризмот на конкретното подрачје. За потребите на реализацијата на ова истражување испитаниците се поделени во 6 групи кога се во прашање години на старост.

Структурата на испитаници според годините на старост покажува дека во истражувањето учествувал најголем број испитаници со старост од 25 до 34 години (33,9%). После тоа следат испитаници со старост од 35 до 44 години (21,1%), испитаници со старост од 45 до 54 години (14,3%), испитаници со старост од 55 до 64 години (11,5%), испитаници со старост од 15 до 24 години. Во ова истражување најмало е учеството на испитаници кои

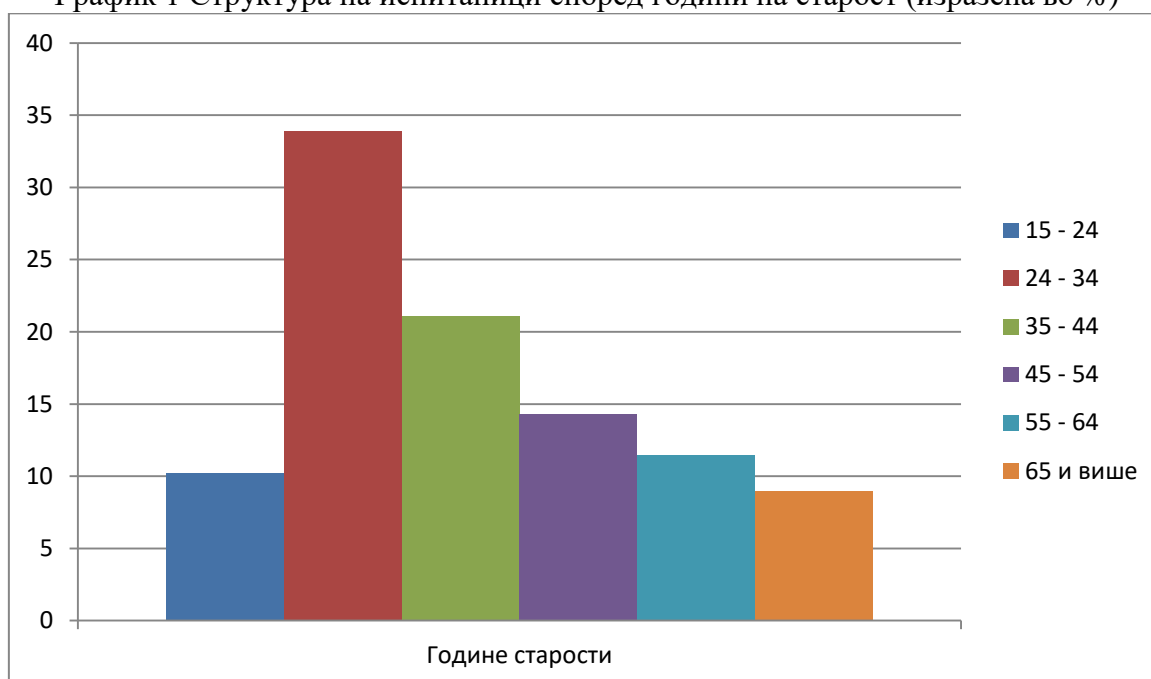
имаат 65 и повеќе години (9% испитаници). Структурата на испитаници според годините на старост прикажана е во табела 64, како и на график 1.

Табела 64 Структура на испитаници според годините на старост (фреквенции и проценти)

Години на старост	f	%
15 – 24	33	10,2
25 – 34	109	33,9
35 – 44	68	21,1
45 – 54	46	14,3
55 – 64	37	11,5
65 и повеќе	29	9,0
Вкупно	322	100,0

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоците во програма SPSS 20.0.

График 1 Структура на испитаници според години на старост (изразена во %)



Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

Ставовите на испитаниците во поглед на можностите за развој на туризмот на одредено подрачје можат да се разликуваат и во зависност од нивното ниво на образование. Во ова истражување испитаниците се според степен на образование поделени во 6 групи (испитаници со завршено основно училиште; испитаници со завршено средно училиште; испитаници со завршена виша/висока школа; испитаници со завршен факултет; испитаници со завршени магистерски/мастер студии и испитаници со завршени докторски студии (како највисоко ниво на образование).

Табела 65 Структура на испитаници според степен на образование (фреквенции и проценти)

Степен на образование	f	%
Основно училиште	16	5,0
Средно училиште	124	38,5
Виша/висока школа	79	24,5
Факултет	72	22,4
Магистерски/мастер студии	26	8,1
Докторски студии	5	1,5
Вкупно	322	100,0

Извор: Изработил авторот на база на анализата на податоци во програма SPSS 20.0.

Образовната структура на испитаници кои учествувале во ова истражување ни покажува дека најголем е уделот на оние испитаници кои имаат завршено средно училиште како највисоко ниво на образование (38,5%). Основно училиште завршиле 5% испитаници. Значаен е, меѓутоа, уделот на оние испитаници кои имаат високо образование и тоа виша/висока школа (24,5%) и факултет (22,4%). Магистерски/мастер студии имаат завршено 8,1% испитаници, додека 1,5% испитаник е со докторат. Структурата на испитаници според степен на образование прикажана е во табели 65.

Имајќи ја во вид структурата на испитаници според работниот статус, во спроведеното истражување биле 47,2% испитаници кои се во стален работен однос и 18,6% испитаници кои се во привремен работен однос. Статус на ученици или студенти имаат 9,3% испитаници. Ставовите за состојбата и можностите за развој на туризмот во одредени делови на регионот Јужна и Источна Србија ги изнеле 10,3% испитаници кои се во пензија, додека 14,6% испитаници се невработени. Структурата на испитаници според работниот статус прикажана е во табела 66.

Табела 66 Структура на испитаници според работниот статус (фреквенции и проценти)

Работен статус	f	%
Ученик/студент	30	9,3
Во стален работен однос	152	47,2
Во привремен работен однос	60	18,6
Во пензија	33	10,3
Невработен	47	14,6
Вкупно	322	100,0

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

Ако ја разгледуваме структурата на испитаници според просечните месечни примања, можеме да воочиме дека нешто повеќе од половина испитаници (52,2%) имаат просечни месечни примања меѓу 201€ и 500€. Значаен дел на испитаници, меѓутоа, има просечни месечни примања помалку од 200€, што е доста под просечна месечна заработувачка по вработен на ниво на земјата. Просечни месечни примања од 501€ до 1000€ имаат 9,9% од вкупниот број испитаници, додека 1,2% испитаник има просечни месечни примања кои

изнесуваат повеќе од 1001€. Структурата на испитаници според просечните месечни примања прикажана е во табела 67.

Табела 67 Структура на испитаници според просечните месечни примања (фреквенции и проценти)

Просечни месечни примања	f	%
Помалку од 200€	118	36,7
201 – 500€	168	52,2
501 – 1000€	32	9,9
Повеќе од 1001€	4	1,2
Вкупно	322	100,0

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

Структурата на испитаници според место на живеење покажува дека процентуално најголем дел испитаници имаат живеалиште во Ниш (9,9% испитаници), Сокобања (9,0% испитаници), Власотинце (8,7% испитаници), Лесковац (7,2%), Бор (6,2% испитаници) и во Сврлигу (6,2% испитаници). Структурата на испитаници според место на живеење прикажана е во табели 68.

Табела 68 Структура на испитаници според место на живеење (фреквенции и проценти)

Место на живеење	f	%
Блаце	1	0,3
Бојник	7	2,2
Бор	20	6,2
Брестовац	1	0,3
Брестовачка Бања	1	0,3
Доњи Милановац	2	0,6
Дубока	1	0,3
Гамзиград	1	0,3
Голубац	5	1,6
Кладово	7	2,2
Кучево	10	3,1
Куршумлија	13	4,1
Лебане	12	3,7
Лесковац	23	7,2
Луковска Бања	2	0,6
Мајданпек	3	0,9
Медвеѓа	10	3,1
Метовница	2	0,6
Нересница	1	0,3
Ниш	32	9,9
Нишка Бања	2	0,6
Пирот	15	4,7
Пожаревац	3	0,9
Прокупле	1	0,3
Пролом Бања	1	0,3
Раденка	2	0,6
Слатина	1	0,3

Смедерево	16	5,0
Сокобања	29	9,0
Сурдулица	10	3,1
Сврлиг	20	6,2
Танда	1	0,3
Темска	1	0,3
Велико Градиште	3	0,9
Власотинце	28	8,7
Волуја	1	0,3
Врањска Бања	10	3,1
Вучје	7	2,2
Забрега	1	0,3
Заечар	15	4,8
Злот	1	0,3
Вкупно	322	100,0

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

Извршената дескриптивна статистичка анализа која се однесува на социо - демографските показатели и ги прикажува фреквенциите и процентите покажува дека во спроведеното истражување поголемо е учеството на жени во однос на мажи (57,1% испитаници се жени). Во истражувањето учествувале најмногу испитаници меѓу 25 и 34 години старост (33,9% испитаници). Најголем дел испитаници има завршено средно училиште како највисоко ниво на образование (38,5% испитаници). Освен тоа, најголем дел испитаници (47,2% испитаници) е во стален работен однос. Просечна месечна заработувачка на најголем број испитаници (52,2% испитаници) изнесува меѓу 201€ и 500€.

Во продолжение ќе биде извршена дескриптивна статистичка анализа на независни варијабли на *TIAS* скала кои се однесуваат на влијанието на туризмот на ставовите на локалното население, како и дескриптивна статистичка анализа на зависните варијабли на *TIAS* скала кои се однесуваат на можности за развој на туризмот на конкретно подрачје.

Пред с'е, ќе биде прикажана структурата на испитаници според степенот на сложување со поедини констатации кои се претставени како показатели на влијанието на туризмот на ставовите на месното население (независни варијабли).

Табела 69 Структура на испитаници според показатели на *TIAS* скала - независни варијабли (фреквенции и проценти)

Независни варијабли според <i>TIAS</i> скала	f	%
<i>Дејноста со која се занимавам е сродна на туризмот</i>		
Апсолутно не се сложувам	134	41,6
Делумно не се сложувам	32	9,9
Немам став	15	4,7
Делумно се сложувам	57	17,7
Во целост се сложувам	84	26,1
<i>Во можност сум да влијаам на донесување одлуки за развој</i>		

<i>на туризмот во своето место</i>		
Апсолутно не се сложувам	168	52,2
Делумно не се сложувам	43	13,4
Немам став	32	9,9
Делумно се сложувам	40	12,4
Во целост се сложувам	39	12,1
<i>Член сум на локално здружение/организација</i>		
Апсолутно не се сложувам	232	72,0
Во целост се сложувам	90	28,0
<i>Познати ми се стопанските гранки во локалната средина</i>		
Апсолутно не се сложувам	4	1,2
Делумно не се сложувам	19	5,9
Немам став	23	7,1
Делумно се сложувам	82	25,5
Во целост се сложувам	194	60,3
<i>Живеам во овој крај</i>		
Апсолутно не се сложувам	19	5,9
Во целост се сложувам	303	94,1
<i>Поради туристичкиот развој, смалени ми се можностите да се занимавам со рекреација на отворено</i>		
Апсолутно не се сложувам	208	64,6
Делумно не се сложувам	55	17,1
Немам став	32	9,9
Делумно се сложувам	21	6,5
Во целост се сложувам	6	1,9
<i>Имам впечаток дека заедницата во моето место бројчано се зголемува</i>		
Апсолутно не се сложувам	106	32,9
Делумно не се сложувам	64	19,9
Немам став	84	26,1
Делумно се сложувам	42	13,0
Во целост се сложувам	26	8,1
<i>Живеам блиску до градот</i>		
Апсолутно не се сложувам	20	6,2
Делумно не се сложувам	37	11,5
Немам став	14	4,4
Делумно се сложувам	86	26,7
Во целост се сложувам	165	51,2
<i>Слободното време го поминувам во активности/работи на отворено</i>		
Апсолутно не се сложувам	24	7,5
Делумно не се сложувам	26	8,1
Немам став	21	6,5
Делумно се сложувам	116	36,0
Во целост се сложувам	135	41,9
<i>Разговарам со посетителите во своето место</i>		
Апсолутно не се сложувам	13	4,1
Делумно не се сложувам	37	11,5
Немам став	23	7,1
Делумно се сложувам	108	33,5

Во целост се сложувам	141	43,8
Создадов пријателства со посетителите		
Апсолутно не се сложувам	59	18,3
Делумно не се сложувам	78	24,2
Немам став	34	10,6
Делумно се сложувам	88	27,3
Во целост се сложувам	63	19,6
Посетувам други туристички дестинации		
Апсолутно не се сложувам	16	5,0
Делумно не се сложувам	47	14,6
Немам став	13	4,0
Делумно се сложувам	95	29,5
Во целост се сложувам	151	46,9

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

Во табела 69 прикажани се резултати кои се однесуваат на ставови на испитаниците и степенот на согласување со поедини констатации кои се претставени како независни варијабли на *TIAS* скала. Испитаниците го покажале следниот степен на согласување со поедини констатации:

Од вкупниот број испитаници 26,1% испитаници во целост се согласуваат дека **„дејноста со која се занимаваат е сродна на туризмот“**, додека дејноста на 17,7% испитаници делумно е поврзана со туризмот. Значаен дел испитаници (41,6%) апсолутно не се согласуваат со констатацијата дека нивната дејност е поврзана со туризмот. Тоа значи дека тие апсолутно не се директно или индиректно поврзани со туристичка дејност. Еден дел испитаници (9,9%) делумно не се сложуваат со оваа констатација, додека 4,7% испитаници нема став за оваа констатација. Наведените резултати покажуваат дека би требало да се мотивира локалното население и да се создадат услови како би се зголемило учеството на оние кои директно или индиректно се занимават со туризам во регионот Јужна и Источна Србија. Ова е неопходно затоа што поголем број луѓе вработени во туристичка дејност подразбира дека повеќе се оние кои ќе бидат заинтересирани за развој на туризмот на конкретното подрачје, за унапредување на тој развој и насочување на напори кон таа област.

Кога е во прашање степенот на сложување со констатацијата **„во можност сум да влијаам на донесување одлука за развој на туризмот во своето место“**, 52,2% испитаника апсолутно не се сложуваат со оваа констатација, додека 13,4% испитаници делумно не се сложуваат со тоа. Од вкупниот број испитаници 9,9% нема став кога е во прашање можност за влијание на донесување одлуки за развој на туризмот. Може да се воочи дека скоро подеднаков е уделот на оние кои делумно (12,4% испитаника) или во потполност се сложуваат (12,1% испитаника) дека се во можност да влијаат на донесување одлуки за развој на туризмот. Ова покажува дека е мал уделот на оние кои се во можност целосно или

делумно да влијаат на планирање на развојот на туризмот, организацијата и насочување на активности врзани за развој на туризмот и, воопшто, донесување одлуки во оваа област. Со оглед на тоа дека многу е важно учеството во процесот на донесување одлуки за развојот на туризмот на локално ниво, неопходно е да се вклучат што повеќе компетентни луѓе во процесот на планирање на развојот и донесување одлуки за развој на туризмот на локално и регионално ниво.

Голем е уделот на испитаници кои се апсолутно не се сложуваат со констатацијата **„член сум на локално здружение/организација“** (72% испитаника) и мал е уделот на испитаници кои целосно се сложуваат со оваа констатација (28% испитаници), што исто така, потврдува дека неопходно е да се создадат услови и да се зголеми бројот на луѓе кои се членови на локални здруженија или организации. Ова е важно затоа што тоа се потенцијални носители на развојот на туризмот на локално ниво.

Најголем удел испитаници во целост (60,3% испитаници) или делумно се сложуваат (25,5% испитаници) со констатацијата **„познати ми се стопанските гранки во локалната средина“**. Еден удел испитаници (7,1%) нема став кога е во прашање оваа констатација. Од вкупниот број испитаници 5,9% испитаници делумно не се сложуваат, додека 1,2% испитаници апсолутно не се сложуваат со оваа констатација.

Најголем дел испитаници (94,1%) целосно се сложуваат со констатацијата **„живеам во овој крај“** и апсолутно не се сложуваат со констатацијата **„заради туристичкиот развој, намалени ми се можностите да се занимавам со рекреација на отворено“** (64,6% испитаници).

Од вкупниот број испитаници 32,9% апсолутно не се сложуваат со констатацијата **„имам впечаток дека заедницата во моето место бројчано се зголемува“**, 26,1% испитаници немаат став, додека 19,9% испитаници делумно се сложуваат со оваа констатација. Мал удел испитаници делумно се сложуваат со тоа дека заедницата во нивното место бројчано се зголемува (13% испитаници), а 8,1% испитаници во целост се сложуваат со тоа.

Нешто повеќе од половина од вкупниот број испитаници (51,2%) **„живеат близу до градот“**, 26,7% испитаници делумно се согласуваат со оваа констатација, додека 4,4% испитаници немаат став за тоа. Еден удел испитаници (11,5%) делумно не се сложува, додека 6,2% испитаници апсолутно не се сложуваат со констатацијата **„живеам близу до градот“**.

Резултатите покажуваат дека најголем удел испитаници се сложува со констатацијата **„слободното време го поминувам во активности/работи на отворено“** (41,9%

испитаници во целост се сожуваат, додека 36% испитаници делумно се сложуваат со оваа констатација). Од вкупниот број испитаници 6,5% немаат став; 8,1% испитаници делумно не се сложуваат, додека 7,5% испитаници апсолутно не се сложуваат со оваа констатација. Ова покажува дека туризмот и со него поврзаните активности немаат во голема мера негативно влијание на можноста локалното население слободното време да го поминува во активности/работи на отворено.

Во однос на вкупниот број испитаници, 43,8% испитаници целосно се согласуваат, додека 33,5% испитаници делумно се сложуваат со констатацијата *„разговарам со посетителите во свето место“*. Тоа покажува дека најголем број испитаници комуницира со посетителите, што е многу важно на релацијата домаќин - посетител/турист и формирање на општ впечаток за дестинацијата кај посетителите/туристи. Од преостанатите испитаници 7,1% немаат став, 11,5% испитаници делумно не се сложуваат, додека 4,1% испитаници апсолутно не се сложуваат со оваа констатација.

Кога е во прашање констатацијата *„оформив пријателство со посетителите“*, приближен е уделот на испитаници кои во целост се сложуваат (19,6% испитаници) и апсолутно не се сложуваат со оваа констатација (18,3% испитаници). Приближен е, исто така, уделот на испитаници кои делумно се сложуваат (27,3% испитаници) и делумно не се сложуваат (24,2% испитаници) со оваа констатација, додека 10,6% испитаници немаат став за оваа констатација. Ова покажува дека локалното население комуницира со посетителите, но има и поделени ставови кога е во прашање создавање пријателства и одржување блиски пријателски односи со посетителите.

Најголем удел испитаници во целост (46,9% испитаници) или делумно се сложуваат (29,5% испитаници) со констатацијата *„посетувам други туристички дестинации“*. Еден удел испитаници (14,6%) делумно не се сложуваат, 5% испитаници апсолутно не се сложуваат, додека 4% испитаници немаат став кога е во прашање оваа констатација, што покажува дека еден број испитаници никогаш не посетува или многу ретко посетува други туристички дестинации. Важно е дека локалното население посетува други туристички дестинации, бидејќи на тој начин подобро ќе го разберат развојот на туризмот во својата средина, промените кои во тој развој се случуваат и ќе пренесат на локално ниво позитивни искуства во поглед на развојот на туризмот во другите туристички дестинации.

Табела 70 Структура на испитаници според показателите на TIAS скала - зависни варијабли (фреквенции и проценти)

Зависни варијабли според TIAS скала	f	%
Во моето место треба активно да се поттикнува развој на туризмот		
Апсолутно не се сложувам	4	1,2
Делумно не се сложувам	4	1,2
Немам став	15	4,7
Делумно се сложувам	86	26,7
Потполно се сложувам	213	66,2
Се противам на изградба на туристички објекти кои ќе привлечат голем број посетители во мојата општина		
Апсолутно не се сложувам	180	55,9
Делумно не се сложувам	66	20,6
Немам став	52	16,1
Делумно се сложувам	13	4,0
Потполно се сложувам	11	3,4
Регионот, како приоритет, би требало плански да развива туризам		
Апсолутно не се сложувам	2	0,6
Делумно не се сложувам	5	1,5
Немам став	24	7,5
Делумно се сложувам	94	29,2
Потполно се сложувам	197	61,2
Општината не би требало да иницира привлекување голем број посетители		
Апсолутно не се сложувам	156	48,4
Делумно не се сложувам	59	18,3
Немам став	63	19,6
Делумно се сложувам	18	5,6
Потполно се сложувам	26	8,1
Заедницата би требало да поттикне поинтензивна изградба на туристички објекти		
Апсолутно не се сложувам	2	0,6
Делумно не се сложувам	7	2,2
Немам став	35	10,9
Делумно се сложувам	120	37,2
Потполно се сложувам	158	49,1
Туризмот има важна улога во стопанството на заедницата		
Апсолутно не се сложувам	10	3,1
Делумно не се сложувам	43	13,4
Немам став	49	15,2
Делумно се сложувам	94	29,2
Потполно се сложувам	126	39,1
Општинската власт е во право доколку го поддржува развојот на туризмот		
Апсолутно не се сложувам	1	0,3
Делумно не се сложувам	4	1,2
Немам став	18	5,6
Делумно се сложувам	91	28,3

Потполно се сложувам	208	64,6
Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација		
Апсолутно не се сложувам	3	0,9
Делумно не се сложувам	5	1,6
Немам став	31	9,6
Делумно се сложувам	124	38,5
Потполно се сложувам	159	49,4
Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина		
Апсолутно не се сложувам	4	1,2
Делумно не се сложувам	28	8,7
Немам став	73	22,7
Делумно се сложувам	119	37,0
Потполно се сложувам	98	30,4
Долгорочното планирање на општинските власти би можело да го контролира влијанието (притисокот) на туризмот на животната средина		
Апсолутно не се сложувам	9	2,8
Делумно не се сложувам	13	4,0
Немам став	47	14,6
Делумно се сложувам	117	36,3
Потполно се сложувам	136	42,3
Развојот на туризмот во мојата општина ќе даде повеќе можности за вработување на локалното население		
Апсолутно не се сложувам	3	0,9
Делумно не се сложувам	7	2,2
Немам став	18	5,6
Делумно се сложувам	100	31,1
Потполно се сложувам	194	60,2
Туризмот во иднина ќе има водечка улога во мојата општина		
Апсолутно не се сложувам	4	1,2
Делумно не се сложувам	17	5,3
Немам став	109	33,9
Делумно се сложувам	99	30,7
Потполно се сложувам	93	28,9

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

Во табела 70 прикажани се резултати кои се однесуваат на ставови на испитаниците и степенот на сложување со поедини констатации кои се претставени како зависни варијабли на *TIAS* скалата кои се однесуваат на можности за развој на туризмот. Испитаниците го покажале следниот степен на сложување со поедини констатации:

Од вкупниот број испитаници, најголем удел испитаници (66,2%) во целост се сложуваат со констатацијата „*во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот*“, додека 26,7% испитаници делумно се сложуваат со оваа констатација. Занемарлив е уделот испитаници кои немаат став по тоа прашање, кои делумно или

апсолутно не се сложуваат со оваа констатација. Ова е многу важно, бидејќи покажува дека најголем број испитаници сметаат дека во нивното место треба да се преземаат активности и мерки кои ќе имаат за цел поттикнување на развојот на туризмот.

Нешто повеќе од половина од вкупниот број испитаници (55,9%) апсолутно не се сложуваат со констатацијата *„се противам на изградба на туристички објекти кои ќе привлечат голем број посетители во мојата општина“*, додека 20,6% испитаници делумно не се сложуваат со оваа констатација. Еден удел испитаници (16,1%) нема став кога се работи за оваа констатација, додека многу мал удел испитаници делумно се сложуваат (4% испитаници) и во целост се сложуваат (3,4% испитаници) со тоа дека не треба да се градат туристички објекти кои би привлечеле поголем број посетители во нивните краеве. Овој податок покажува дека најголем број испитаници е свесен за фактот дека е важно да се изградат објекти кои ќе привлечат внимание на посетителите и ќе им понудат соодветни содржини кои нивниот престој на конкретната дестинација ќе го направат поквалитетен и посодржаен.

Најголем удел испитаници (61,2%) во целост се сложуваат со тоа дека *„регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот“*. Третина од вкупниот број испитаници делумно се сложува со оваа констатација, додека занемарлив е уделот на оние испитаници кои немаат став, кои делумно или апсолутно не се сложуваат со тоа. Ова покажува дека испитаниците се свесни дека е многу важно да се има плански пристап во развојот на туризмот и да се преземаат активности кои се насочени кон дефинирање на целите, стратегиите, политиката и програмата за развој, како и средствата за нивна реализација. Испитаниците покажале дека имаат скоро идентични ставови кога е во прашање констатацијата *„општинската власт е во право доколку го поддржува развојот на туризмот“*.

Скоро половина од вкупниот број испитаници (48,4%) апсолутно не се сложува со констатацијата *„општината не би требало да иницира привлекување голем број посетители“*. Скоро подеднаков удел испитаници делумно не се сложува (18,3% испитаници) или нема став кога се работи за оваа констатација (19,6% испитаници). Ова покажува дека скоро половина од вкупниот број испитаници смета дека нивната општина треба да презема активности кои имаат за цел привлекување поголем број посетители.

Скоро 40% испитаници во целост се сложуваат дека *„туризмот има важна улога во стопанството на заедницата“*, 30,4% испитаници целосно се сложуваат дека *„туризмот треба да стане главна стопанска гранка во нивната општина“* и приближно ист удел

испитаници (28,9%) во целост се сложуваат дека „*туризмот во иднина ќе има водечка улога во нивната општина*“.

Половина од вкупниот број испитаници (49,4%) во целост се сложуваат со констатацијата „*мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација*“. Значаен удел испитаници (38,5%) делумно се сложуваат со оваа констатација, додека занемарливо е учеството на оние кои сметаат дека нивната општина нема ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација. Ова покажува дека испитаниците сметаат дека нивната општина би можела да стане атрактивна туристичка дестинација благодарение на природните и антропогените туристички ресурси со кои располага.

Значаен удел испитаници во целост или делумно се сложуваат со констатацијата „*долгорочното планирање на општинските власти би можело да го контролира влијанието (притисокот) на туризмот врз животната средина*“, а повеќе од половина испитаници (60,2%) сметаат дека „*развојот на туризмот во нивната општина ќе овозможи повеќе можности за вработување на локалното население*“.

Во рамките на дескриптивната статистичка анализа, покрај фреквенциите и процентите, користени се и аритметичка средина, стандардна девијација, медијана и модус, што ќе биде прикажано во продолжение.

“Аритметичка средина (M) е мерка со која најчесто се сретнуваме во статистичките извештаи и ни зборува кој е просечниот скор во нашата дистрибуција. Покрај ознаката M , аритметичката средина уште може да се означи и со AS и X ” (Турјачанин & Чекрлија, 2006, стр. 70). „Стандардната девијација (σ) е најпрецизна и најдоверлива мерка на варијабилностите на појавите. Се дефинира како мерка на варијабилитет која покажува колкаво е отстапувањето на скоровите на дистрибуција од нејзината аритметичка средина“ (Турјачанин & Чекрлија, 2006, стр. 73). „Медијана (Mdn) ни говори кој е централниот резултат во дистрибуцијата, односно укажува на скор кој ја дели дистрибуцијата на два еднакви дела“ (Турјачанин & Чекрлија, 2006, стр. 70). „Модус (Mod) ни покажува кој резултат во една дистрибуција на податоци најчесто се појавува” (Турјачанин & Чекрлија, 2006, стр. 71).

Во табелата 71 прикажана е дескриптивна структура на испитаниците според зависните варијабли на $TIAS$ скалата кои се однесуваат на предностите кои може да ги донесе развојот на туризмот. Табелата покажува аритметичка средина, медијана, модус и стандардна девијација за варијабли кои се однесуваат на предностите од развојот на туризмот. Вредностите на аритметичките средини се движат од 2,39 до 3,99. Кај повеќето констатации

кои се однесуваат на предности кои може да ги донесе развојот на туризмот медијаната изнесува 4, додека кај две констатации изнесува 2, а кај три констатации изнесува 3. Модусот покажува дека кај три констатации најчеста оцена е 1 (апсолутно не се сложувам), кај две констатации најчеста оцена е 3 (немам став), кај три констатации најчеста оцена е 4 (делумно се сложувам), додека кај две констатации најчеста оцена е 5 (во целост се согласувам). Стандардната девијација кај повеќе констатации преминува вредност 1 и се движи во интервал од 1,043 до 1,596. Кај две констатации стандардната девијација има вредност помала од 1.

Табела 71 Дескриптивна структура на испитаници според зависните варијабли *TIAS* скала (аритметичка средина, стандардна девијација, медијана, модус)

Зависни варијабли според <i>TIAS</i> скала	M	σ	Mdn	Mod
Посетителите имаат позитивно влијание на мојата општина	3,99	,896	4	4
Придобивките од туризмот ги надминуваат негативните влијанија	3,98	1,043	4	5
Мојата општина има подобри патишта и тротоари благодарение на развојот на туризмот	2,70	1,276	3	3
Квалитетот на јавни услуги (здравство, чистота, снабдување со вода, заштита од пожари...) во мојата општина е подобрен благодарение на развојот на туризмот	2,39	1,266	2	1
Имам повеќе пари благодарение на туризмот	2,60	1,554	2	1
Туризмот има влијание на зголемување на мојот животен стандард	2,70	1,596	3	1
Имам повеќе можности за рекреација (нови спортски терени, игралишта за деца, базени...) откако се разви туризмот во мојата општина	3,79	1,168	4	4
Работите кои ги обезбедува туризмот се многу атрактивни	4,11	,967	4	5
Во мојата општина е зголемен бројот на продавници како резултат на развојот на туризмот	2,80	1,304	3	3
Туризмот значајно ги зголемува приходите на општината	3,59	1,074	4	4

Извор: Изработил авторот на основа на анализа на податоци во програмата SPSS 20.0.

Во табелата 72 прикажана е дескриптивна структура на испитаници според зависните варијабли на *TIAS* скалата кои се однесуваат на можни негативни ефекти од развојот на туризмот. Табелата покажува аритметичка средина, медијана, модус и стандардна девијација за варијабли кои се однесуваат на негативните последици од развојот на туризмот. Вредностите на аритметичките средини се движат од 1,52 до 2,23. Кај повеќето констатации кои се однесуваат на можните негативни ефекти од развојот на туризмот медијаната изнесува 1, додека кај една констатација изнесува 2. Кај сите констатации модусот изнесува 1, што покажува дека најчеста оцена е 1 (апсолутно не се сложувам). Стандардната девијација кај

повеќе констатации преминува вредност 1 и се движи во интервал од 1,023 до 1,314. Само кај една констатација стандардната девијација има вредност помала од 1 (0,967).

Табела 72 Дескриптивна структура на испитаниците според зависните варијабли на *TIAS* скала (аритметичка средина, стандардна девијација, медијана, модус)

Зависни варијабли според <i>TIAS</i> скала	M	σ	Mdn	Mod
Туризмот има негативно влијание на чување на животната средина	1,91	1,168	1	1
Бучавоста од постоечките туристички активности има негативно влијание на животот во мојата општина	1,87	1,237	1	1
Во мојата општина се зголемила количината смет поради поголемиот број посетители	2,23	1,314	2	1
Туризмот ја намалува можноста за рекреација на отворено во мојата општина	1,66	1,023	1	1
Туризмот влијае на зголемување на стапката на криминал во мојата општина	1,52	,967	1	1

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

Табела 73 Дескриптивна структура на испитаници според зависни варијабли на *TIAS* скала (аритметичка средина, стандардна девијација, медијана, модус)

Зависни варијабли според <i>TIAS</i> скала	M	σ	Mdn	Mod
Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот	4,55	,752	5	5
Се противам на изградба на туристички објекти кои ќе привлечат голем број посетители во мојата општина	1,79	1,071	1	1
Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот	4,49	,754	5	5
Општината не би требало да иницира привлекување голем број посетители	2,07	1,277	2	1
Заедницата би требало да поттикнува поинтензивна изградба на туристички објекти	4,32	,801	4	5
Туризмот има важна улога во стопанството на заедницата	3,88	1,160	4	5
Општинската власт е во право доколку го поддржува развојот на туризмот	4,56	,687	5	5
Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација	4,34	,790	4	5
Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина	3,87	,988	4	4
Долгорочно планирање на општинските власти би можело да го контролира влијанието (притисокот) на туризмот на животната средина	4,11	,986	4	5
Развојот на туризмот во мојата општина ќе даде повеќе можности за вработување на локалното население	4,48	,778	5	5
Туризмот во иднина ќе има водечка улога во мојата општина	3,81	,957	4	3

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

Во табелата 73 прикажана е дескриптивна структура на испитаници според зависните варијабли на *TIAS* скалата кои се однесуваат на ставовите на испитаниците за можностите за развој на туризмот. Табелата покажува аритметичка средина, медијана, модус и стандардна девијација за варијабли кои се однесуваат на можностите за развој на туризмот. Вредностите на аритметичките средини се движат од 1,79 до 4,56. Кај повеќе констатации кои се однесуваат на можности за развој на туризмот медијаната изнесува 4, додека кај четири констатации изнесува 5, кај една констатација изнесува 2 и кај една констатација 1. Модусот покажува дека кај две констатации најчеста оцена е 1 (апсолутно не се сложувам). Кај една констатација најчеста оцена е 3 (немам став). Кај една констатација, исто така, најчеста оцена е 4 (делумно се сложувам), додека кај најголем број констатации најчеста оцена е 5 (во целост се сложувам). Стандардната девијација кај повеќе констатации има вредност помала од 1 и се движи во интервал од 0,687 до 0,988. Кај три констатации стандардната девијација преминува вредност 1.

Во продолжение е извршена анализа на односите меѓу две варијабли. Најпрво ќе биде извршена анализа на односи меѓу независни варијабли (пол на испитаниците) и зависни варијабли (мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација). После тоа ќе биде извршена анализа на односите меѓу независните варијабли (години на старост) и зависните варијабли (во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот).

Табела 74 Структура на испитаници според полот и степенот на сложување со констатацијата за расположивост на ресурси за атрактивност на туристичките дестинации

Пол	Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација					Вкупно
	Апсолутно не се сложувам	Делумно не се сложувам	Немам став	Делумно се сложувам	Целосно се сложувам	
Машки	1	4	21	51	61	138
Жански	2	1	10	73	98	184
Вкупно	3	5	31	124	159	322

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

На основа податоците од табела 74 можеме да ја видима структурата на испитаници според полот и степенот на сложување со констатацијата „мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација“. Од 138 испитаници од машки пол најголем број испитаници целосно се сложува дека нивната општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација, како и 98 од 184 испитаници од женски пол. Со оваа констатација делумно се сложува 51 од 138 испитаници од машки пол и 73 од 184 испитаници од женски пол. Многу мал број испитаници и од машки и од женски пол делумно не се сложува (вкупно 5 испитаници) и апсолутно не се сложува (вкупно 3 испитаници) со оваа констатација, додека вкупно 31 испитаник нема став. Може да се заклучи дека најголем број испитаници

од машки пол, како и најголем број испитаници од женски пол целосно или делумно се сложува дека нивната општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација, при што поголем е бројот на оние кои целосно се сложуваат со оваа констатација. Ова покажува дека најголем број испитаници знае со кои ресурси располага нивната општина и смета дека тие ресурси можат да се искористат во развојот на туризмот и да помогнат конкретното подрачје да стане атрактивна туристичка дестинација.

Табела 75 Структура на испитаници според години на старост и степен на сложување со констатацијата за поттикнување на развојот на туризмот

Години на старост	Во моето место треба активно да се поттикнува развој на туризмот					Вкупно
	Апсолутно не се сложувам	Делумно не се сложувам	Немам став	Делумно се сложувам	Целосно се сложувам	
15 – 24	1	0	1	10	21	33
25 – 34	1	0	3	21	84	109
35 – 44	1	2	1	14	50	68
45 – 54	1	0	1	12	32	46
55 – 64	0	1	4	17	15	37
65 и повеќе	0	1	5	12	11	29
Вкупно	4	4	15	86	213	322

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

На основа податоците од табела 75 можеме да ја видиме структурата на испитаници според годините на старост и степенот на сложување со констатацијата „во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот“. Во искажувањата на ставовите за оваа констатација најмногу учествувале испитаници со старост 25 до 34 години, а најмалку испитаници со старост 65 и повеќе години. Најголем број испитаници целосно или делумно се сложуваат дека во нивното место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот. Притоа, целосно се сложуваат најголем број испитаници со старост од 25 до 34 години (84 испитаници), потоа со старост од 35 до 44 години (50 испитаници), со старост од 45 до 54 години (32 испитаници), со старост од 15 до 24 години (21 испитаник), со старост од 55 до 64 години (15 испитаници) и со старост 65 и повеќе години (11 испитаници). Со спомнатата констатација делумно се сложуваат најголем број испитаници со старост 25 до 34 години, додека приближно е еднакво учеството на испитаници од преостанатите старосни групи. Многу мал, занемарлив број испитаници нема став, делумно или апсолутно не се сложуваат со оваа констатација. Самиот факт дека најголем број испитаници од сите години старост целосно или делумно се сложуваат со тоа дека во нивното место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот покажува дека постои позитивен став кон поттикнувањето и унапредувањето на развојот на туризмот во регионот Јужна и Источна Србија. Ова е многу важно бидејќи од позитивните ставови и поддршката на локалното население во голема мера зависи насочувањето на развојот на туризмот на конкретното подрачје.

2.3. T-тест

Авторот Стаменковиќ (2016) наведува дека „Т-тест за независни примероци се применува со цел споредување на аритметичка средина на непрекинати променливи во две различни групи испитаници и одредување статистичка значајност на нивните разлики“ (стр. 105). Оваа анализа е користена за тестирање на значајноста на разликата во полот на испитаниците кога се во прашање нивните ставови врзани за констатации кои се однесуваат на можностите за развој на туризмот на конкретно подрачје во регионот Јужна и Источна Србија.

Табела 76 Резултати од Т-тестот во однос на полот на испитаниците

Варијабла	Пол	N	M	σ	T	Sig. (2-tailed)
Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот	Машки	138	4,43	,896	-2,332	,021
	Женски	184	4,64	,611		
Заедницата би требало да поттикнува поинтензивна изградба на туристички објекти	Машки	138	4,20	,897	-2,284	,023
	Женски	184	4,41	,711		
Општинската власт е во право доколку го поддржува развојот на туризмот	Машки	138	4,46	,784	-2,177	,030
	Женски	184	4,63	,595		
Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација	Машки	138	4,21	,858	-2,548	,011
	Женски	184	4,43	,721		

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

„При утврдувањето на статистичката значајност на добиените вредности од Т-тестот, се зема ниво на веројатност на ризикот од 5% и 1%. За големи примероци ($N \geq 200$) на ниво на значајност од 5% или помали ($p \leq 0,05$), t вредноста мора да биде најмалку 1,98, а на ниво на значајност од 1% ($p = 0,01$), t мора да изнесува најмалку 2,63. Т-тестот е работен на ниво на значајност $p \leq 0,05$ “ (Петровиќ, 2014, стр. 190).

Во табелата 76 можеме да воочиме дека женскиот дел испитаници ги оценил нешто со повисоки просечни оценки констатациите наведени во табелата во однос на машкиот дел испитаници. Да би одредиле дали постои значајна разлика во ставовите меѓу испитаниците од машки и женски пол кога се во прашање поедини констатации, ја пратиме колоната на значајност (Sig. (2-tailed)) од табелата 76. Со анализа на резултатите наведени во табелата можеме да воочиме дека постои статистички значајна разлика меѓу средните вредности на ставовите на испитаниците од двата пола, на ниво на значајност ($p \leq 0,05$), $t \geq 1,98$ (-предзнакот не е битен). Ова покажува дека испитаниците од женски пол ги оцениле со нешто повисоки просечни оценки констатациите кои се однесуваат на можностите за развој на

туризмот во нивната општина (Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот; Заедницата би требало да поттикне поинтензивна изградба на туристичките објекти; Општинската власт е во право доколку го поддржува развојот на туризмот; Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација).

2.4. Анализа на резултатите добиени со помош на еднофакторска анализа на варијансата (ANOVA)

„Анализа на варијанса е статистичка процедура која ни овозможува да ги тестираме разликите меѓу аритметичките средини меѓу два или повеќе примероци“ (Турјачанин и Чекрлија, 2006, стр. 101). Додека Т-тест се користи за споредување на аритметички средини во две различни групи, анализа на варијансата, значи, се користи во споредување на три или повеќе различни групи. Значајноста на разликата ја утврдуваме со помош на *F-тест*. Со овој тест се утврдува односот меѓу две варијанси (на варијансата меѓу групите и варијансата внатре во групата).

Како би се споредиле просечните резултати на три или повеќе групи испитаници, применета е еднофакторска анализа на варијансата (ANOVA) за тестирање на следните независни варијабли: старосна доба на испитаниците; степен на образование на испитаниците; работен статус на испитаниците и просечни месечни примања на испитаниците. Во продолжение е прикажана анализа на варијансата која покажува во која мера постои статистички значајна врска меѓу наведените независни варијабли и зависните варијабли кои се однесуваат на можностите за развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија.

Во табелата 77 прикажана е анализа на варијансата во однос на старосното доба на испитаниците. Со анализа на резултатите прикажани во оваа табела, може да се воочи дека кај повеќе констатации постојат статистички значајни разлики на ниво на значајности $p < 0,05$ кога се во прашање ставовите на испитаниците кои се однесуваат на можностите за развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија. Единствено кај констатацијата „Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација“ не е забележана статистички значајна разлика во ставовите на испитаниците ($p=0,193$). Величина на статистичките значајности помала од 0,05 забележана е кај следните констатации: „Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот“ ($p=0,001$); „Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот“ ($p=0,026$); „Заедницата би требало да ја поттикне поинтензивната изградба на туристичките објекти“ ($p=0,014$); „Туризмот треба да

стане главна стопанска гранка во мојата општина“ ($p=0,000$). Ова покажува дека постои статистички значајна разлика меѓу средните оценки кога се во прашање ставовите на испитаниците.

Табела 77 Анализа на варијансата ANOVA во однос на старосното доба на испитаниците

Варијабла	Старосно доба	N	M	σ	F	Sig.
Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот	15 – 24	33	4,52	,834	4,433	,001
	25 – 34	109	4,72	,610		
	35 – 44	68	4,62	,792		
	45 – 54	46	4,61	,745		
	55 – 64	37	4,24	,760		
	65 и повеќе	29	4,14	,833		
Регион, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот	15 – 24	33	4,33	,957	2,579	,026
	25 – 34	109	4,55	,776		
	35 – 44	68	4,68	,531		
	45 – 54	46	4,50	,753		
	55 – 64	37	4,27	,769		
	65 и повеќе	29	4,24	,739		
Заедницата би требало да ја поттикне поинтензивната изградба на туристичките објекти	15 – 24	33	4,24	,614	2,916	,014
	25 – 34	109	4,36	,834		
	35 – 44	68	4,51	,658		
	45 – 54	46	4,41	,832		
	55 – 64	37	4,08	,924		
	65 и повеќе	29	3,97	,823		
Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација	15 – 24	33	4,36	,783	1,488	,193
	25 – 34	109	4,41	,796		
	35 – 44	68	4,40	,813		
	45 – 54	46	4,39	,802		
	55 – 64	37	4,08	,759		
	65 и повеќе	29	4,14	,693		
Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина	15 – 24	33	3,52	1,034	4,771	,000
	25 – 34	109	3,98	1,036		
	35 – 44	68	4,13	,827		
	45 – 54	46	4,02	,856		
	55 – 64	37	3,51	1,044		
	65 и повеќе	29	3,41	,907		

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоците во програма SPSS 20.0.

Да би се утврдило меѓу кои старосни групи испитаници постојат значајни разлики во ставовите, применет е Post Hoc LSD тест. На ниво на значајност $p<0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот“, постојат меѓу испитаниците од старосна категорија 65 и повеќе години во однос на испитаниците од старосни категории: 25 - 34 години (Sig. 0,000); 35 - 44 години (Sig. 0,003); 45 - 54 години (Sig. 0,007) и 15 - 24 години (Sig. 0,044). На ниво на значајност $p<0,05$, резултатите од тестот

покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците кај констатацијата „Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот“, постојат меѓу испитаниците од старосната категорија 55 - 64 години во однос на испитаниците од старосните категории: 35 - 44 години (Sig. 0,008) и 25 - 34 години (Sig. 0,049). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Заедницата би требало да поттикне поинтензивна изградба на туристичките објекти“, постојат меѓу испитаниците од старосната категорија 65 и повеќе години во однос на испитаниците од старосните категории: 35 - 44 години (Sig. 0,002); 45 - 54 години (Sig. 0,017) и 25 - 34 години (Sig. 0,018). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација“, постојат меѓу испитаниците од старосната категорија 55 - 64 години во однос на испитаниците од старосните категории 25 - 34 години (Sig. 0,027). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголема разлика во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина“, постојат меѓу испитаниците од старосната категорија 65 и повеќе години во однос на испитаниците од старосните категории 35 - 44 години (Sig. 0,001); 25 - 34 години (Sig. 0,005) и 45 - 54 години (Sig. 0,008).

Во табели 78 прикажана е анализа на варијансата во однос на степенот на образование на испитаниците, која покажува во која мера постои статистички значајна разлика во ставовите на испитаниците кога се разгледува врската меѓу независната варијабла (степен на образование) и зависните варијабли кои се однесуваат на можности за развој на туризмот во регионот Јужна и Источна Србија. Резултатите прикажани во оваа табели покажуваат дека величина на статистичка значајност помала од 0,05 постои кај сите констатации кои се однесуваат на можности за развој на туризмот на ова подрачје. Притоа, може да се воочи дека постои гплема статистичка значајност меѓу средните оценки на испитаниците, и тоа: „Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот“ ($p=0,000$); „Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот“ ($p=0,001$); „Заедницата би требало да поттикне поинтензивна изградба на туристичките објекти“ ($p=0,000$); „Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација“ ($p=0,001$); „Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина“ ($p=0,005$).

Табела 78 Анализа на варијанса ANOVA во однос на степен на образование на испитаници

Варијабла	Степен на образование	N	M	σ	F	Sig.
Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот	Основно училиште	16	4,00	1,033	5,380	,000
	Средно училиште	124	4,38	,870		
	Виша/висока школа	79	4,70	,607		
	Факултет	72	4,69	,573		
	Магистерски/мастер студии	26	4,85	,464		
	Докторски студии	5	4,80	,447		
Регион, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот	Основно училиште	16	3,94	,929	4,415	,001
	Средно училиште	124	4,35	,807		
	Виша/висока школа	79	4,56	,747		
	Факултет	72	4,69	,547		
	Магистерски/мастер студии	26	4,69	,618		
	Докторски студии	5	4,60	,894		
Заедницата би требало да поттикне поинтензивна изградба на туристички објекти	Основно училиште	16	3,94	,998	4,944	,000
	Средно училиште	124	4,10	,794		
	Виша/висока школа	79	4,42	,709		
	Факултет	72	4,57	,747		
	Магистарски/мастер студии	26	4,54	,859		
	Докторски студии	5	4,60	,548		
Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација	Основно училиште	16	3,69	,793	4,079	,001
	Средно училиште	124	4,28	,822		
	Виша/висока школа	79	4,33	,828		
	Факултет	72	4,43	,688		
	Магистарски/мастер студии	26	4,73	,452		
	Докторски студии	5	4,60	,894		
Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина	Основно училиште	16	3,56	1,031	3,383	,005
	Средно училиште	124	3,63	1,016		
	Виша/висока школа	79	3,97	,974		
	Факултет	72	4,13	,855		
	Магистарски/мастер студии	26	4,08	1,017		
	Докторски студии	5	4,20	,837		

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

За да се утврди меѓу кои образовни групи испитаници постојат значајни разлики во ставовите, применет е Post Hoc LSD тест. На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот“, постојат меѓу испитаниците со завршено основно училиште во однос на следните образовни групи испитаници: во однос на испитаниците со завршена магистратура/мастер (Sig. 0,000); со завршена виша/висока школа (Sig. 0,001); со завршен факултет (Sig. 0,001) и со завршен

докторат (Sig. 0,033). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот“, постојат меѓу испитаниците со завршено основно училиште во однос на следните образовни групи испитаници: во однос на испитаници со завршен факултет (Sig. 0,000); во однос на испитаници со завршена магистратура/мастер (Sig. 0,001); во однос на испитаници со завршена виша/висока школа (Sig. 0,002); во однос на испитаници со завршено средно училиште (Sig. 0,037). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Заедницата би требало да ја поттикне поинтензивната изградба на туристички објекти“, постојат меѓу испитаниците со завршен факултет во однос на испитаниците со завршено средно училиште (Sig. 0,000) и завршено основно училиште (Sig. 0,004). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација“, постојат меѓу испитаниците со завршено основно училиште во однос на останатите образовни групи испитаници и тоа: во однос на испитаниците со завршена магистратура/мастер (Sig. 0,000); во однос на испитаниците со завршен факултет (Sig. 0,001); во однос на испитаниците со завршена виша/висока школа (Sig. 0,003); во однос на испитаниците со завршено средно училиште (Sig. 0,004); во однос на испитаниците со завршени докторски студии (Sig. 0,022). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина“, постојат меѓу испитаниците со завршено средно образование во однос на испитаниците: со завршен факултет (Sig. 0,001); со завршена виша/висока школа (Sig. 0,014); со завршена магистратура/мастера (Sig. 0,033).

Во табела 79 прикажана е анализа на варијансата во однос на работниот статус на испитаниците, која покажува во која мерка постојат статистички значајни разлики во ставовите на испитаниците кога се разгледува врската меѓу независната варијабла (работен статус) и зависните варијабли кои се однесуваат на можностите за развој на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија. И во овој случај, резултатите покажуваат дека величината на статистичката значајност помала од 0,05 постои кај сите констатации кои се однесуваат на можностите за развој на туризмот на ова подрачје (табела 79). Притоа, може, исто така, да се воочи дека постои голема статистичка значајност меѓу средните оценки на испитаниците, и тоа кај констатациите: „Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот“ ($p = 0,000$); „Регионот, како приоритет, би требало плански да го

развија туризмот“ ($p=0,026$); „Заедницата би требало да поттикнува поинтензивна изградба на туристички објекти“ ($p=0,026$); „Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација“ ($p=0,001$); „Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина“ ($p=0,001$).

Табела 79 Анализа на варијансата ANOVA во однос на работниот статус на испитаниците

Варијабла	Работен статус	N	M	σ	F	Sig.
Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот	Ученик/студент	30	4,50	,900	7,602	,000
	Во постојан работен однос	152	4,68	,704		
	Во привремен работен однос	60	4,72	,490		
	Во пензији	33	4,03	,984		
	Невработен	47	4,32	,695		
Регионот, како приоритет, би требало плански да го развија туризмот	Ученик/студент	30	4,47	,776	2,793	,026
	Во постојан работен однос	152	4,56	,778		
	Во привремен работен однос	60	4,62	,640		
	Во пензија	33	4,18	,846		
	Невработен	47	4,32	,663		
Заедницата би требало да поттикнува поинтензивна изградба на туристички објекти	Ученик/студент	30	4,17	,747	2,803	,026
	Во постојан работен однос	152	4,42	,858		
	Во привремен работен однос	60	4,40	,669		
	Во пензија	33	3,97	,847		
	Невработен	47	4,23	,698		
Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација	Ученик/студент	30	4,47	,681	4,825	,001
	Во постојан работен однос	152	4,48	,737		
	Во привремен работен однос	60	4,33	,729		
	Во пензија	33	4,06	,899		
	Невработен	47	4,00	,885		
Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина	Ученик/студент	30	3,57	,898	5,142	,001
	Во постојан работен однос	152	4,11	,953		
	Во привремен работен однос	60	3,75	1,002		
	Во пензија	33	3,48	,906		
	Невработен	47	3,68	1,024		

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

За да се утврди меѓу кои групи испитаници кога е во прашање работниот статус постојат значајни разлики во ставовите, применет е Post Hoc LSD тест. На ниво на значајност $p<0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Во моето место треба активно да се поттикнува развојот

на туризмот“, постојат меѓу испитаниците кои се во пензија во однос на испитаниците кои се во постојан работен однос (Sig. 0,000); кои се во привремен работен однос (Sig. 0,000) и кои имаат статус ученик/студент (Sig. 0,010). Постојат, исто така, разлики во одговорите на испитаниците кои се невработени во однос на испитаниците кои се во постојан работен однос (Sig. 0,003) и испитаниците кои се во привремен работен однос (Sig. 0,005). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот“, постојат меѓу испитаниците кои се во пензија во однос на испитаниците кои се во привремен работен однос (Sig. 0,008) и кои се во постојан работен однос (Sig. 0,009). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Заедницата би требало да поттикне поинтензивна изградба на туристичките објекти“, постојат меѓу испитаниците кои се во пензија во однос на испитаниците кои се во постојан работен однос (Sig. 0,003) и кои се во привремен работен однос (Sig. 0,013). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација“, постојат меѓу испитаниците кои се невработени во однос на испитаниците кои се во постојан работен однос (Sig. 0,000), кои имаат статус ученик/студент (Sig. 0,010) и кои се во привремен работен однос (Sig. 0,027). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина“, постојат меѓу испитаниците кои се во постојан работен однос во однос на испитаниците кои се во пензија (Sig. 0,001); кои имаат статус ученик/студент (Sig. 0,005); кои се невработени (Sig. 0,008) и кои се во привремен работен однос (Sig. 0,014).

Во табела 80 прикажана е анализа на варијансата во однос на просечните месечни примања на испитаниците, која покажува во која мерка постои статистички значајна разлика во ставовите на испитаниците кога се разгледува врската меѓу независните варијабли (просечни месечни примања) и зависните варијабли кои се однесуваат на можности за развој на туризмот во регионот Јужна и Источна Србија. Резултатите прикажани во оваа табела покажуваат дека кај 4 од 5 констатации кои се однесуваат на можности за развој на туризмот во регионот Јужна и Источна Србија постои статистички значајна разлика во ставовите на испитаниците, на ниво на значајност $p < 0,05$. Таа разлика е забележана кај следните констатации: „Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот“ ($p = 0,023$); „Заедницата би требало да поттикне поинтензивна изградба на туристички

објекти“ ($p=0,004$); „Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација“ ($p=0,019$); „Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина“ ($p=0,000$). Кај констатацијата „Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот“ не постојат статистички значајни разлики во ставовите на групата испитаници според просечните месечни примања, на ниво на значајност $p<0,05$.

Табела 80 Анализа на варијанса ANOVA во однос на просечни месечни примања на испитаниците

Варијабла	Просечни месечни примања (во €)	N	M	σ	F	Sig.
Во моето месту треба активно да се поттикнува развојот на туризмот	Помалку од 200€	118	4,41	,765	3,236	,023
	201 – 500€	168	4,60	,775		
	501 – 1000€	32	4,78	,491		
	Повеќе од 1001€	4	5,00	,000		
Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот	Помалку од 200€	118	4,39	,692	1,885	,132
	201 – 500€	168	4,51	,819		
	501 – 1000€	32	4,66	,602		
	Повеќе од 1001€	4	5,00	,000		
Заедницата би требало да поттикнува поинтензивна изградба на туристички објекти	Помалку од 200€	118	4,14	,750	4,559	,004
	201 – 500€	168	4,39	,847		
	501 – 1000€	32	4,56	,619		
	Повеќе од 1001€	4	5,00	,000		
Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација	Помалку од 200€	118	4,18	,844	3,351	,019
	201 – 500€	168	4,42	,738		
	501 – 1000€	32	4,44	,801		
	Повеќе од 1001€	4	5,00	,000		
Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина	Помалку од 200€	118	3,59	1,006	7,667	,000
	201 – 500€	168	3,94	,965		
	501 – 1000€	32	4,38	,751		
	Повеќе од 1001€	4	4,75	,500		

Извор: Изработил авторот на база на анализа на податоци во програма SPSS 20.0.

За да се утврди меѓу кои групи испитаници кога се во прашање просечните месечни примања постојат значајни разлики во ставовите, применет е Post Hoc LSD тест. На ниво на значајност $p<0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот“, постојат меѓу испитаници кои имаат примања просечно помалку од 200€ месечно во однос на испитаници кои имаат просечни месечни примања меѓу 501€ и 1000€ (Sig. 0,012) и во однос на испитаници кои имаат просечни месечни примања меѓу 201€ и 500€ (Sig. 0,030). Кај констатацијата „Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот“ нема статистички позначајни разлики во ставовите на испитаниците со различни просечни месечни примања. На ниво на значајност $p<0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата

„Заедницата би требало да поттикне поинтензивна изградба на туристички објекти“, постојат меѓу испитаници кои имаат просечни месечни примања помалку од 200€ во однос на испитаници кои имаат просечни месечни примања меѓу 501€ и 1000€ (Sig. 0,007), кои имаат меѓу 201€ и 500€ (Sig. 0,008) и кои имаат просечни месечни примања повеќе од 1001€ (Sig. 0,032). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација“, постојат меѓу испитаници кои имаат просечно помалку од 200€ месечно во однос на испитаници кои имаат просечни месечни примања меѓу 201€ и 500€ (Sig. 0,011) и испитаници кои имаат просечни месечни примања повеќе од 1001€ (Sig. 0,039). На ниво на значајност $p < 0,05$, резултатите од тестот покажуваат дека најголеми разлики во ставовите на испитаниците, кај констатацијата „Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина“, постојат меѓу испитаници кои имаат просечно помалку од 200€ месечно во однос на испитаници кои имаат просечни месечни примања помеѓу 501€ и 1000€ (Sig. 0,000); испитаници кои имаат просечни месечни примања меѓу 201€ и 500€ (Sig. 0,003) и испитаници кои имаат просечни месечни примања повеќе од 1001€ (Sig. 0,018).

VIII ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА СЕЛЕКТИВНИТЕ ВИДОВИ ТУРИЗАМ ВО ЈУЖНА И ИСТОЧНА СРБИЈА

Туризмот како стопанска дејност за чиј развој постои значаен потенцијал во регионот Јужна и Источна Србија не достигнал соодветно ниво на развојот. Регионот Јужна и Источна Србија поседува исклучителен потенцијал за иден развој на туризмот кој би бил на многу повисоко ниво во однос на сегашното ниво на развој. Како би се постигнал таков развој на туризмот во овој регион, потребно е да се елиминираат ограничувањата со кои се соочуваат недоволно развиените региони како што е регионот Јужна и Источна Србија. Туризмот значајно би придонесол за развојот на овој регион, со оглед на значајните природни и антропогени туристички вредности кои регионот ги поседува. Развојот на туризмот на ова подрачје би поттикнал и развој на бројни други сродни дејности. Неадекватниот развој на туризмот, меѓутоа, може да доведе до негативни последици, пред с'е на животната средина и локалното население. Затоа е потребно да се има интегрален пристап кон планирањето и насочувањето на развојот на туризмот кој е базиран на одржливиот концепт на развојот. Кога зборуваме за перспективите на развојот на селективните видови туризам во Јужна и Источна Србија мора, најнапред, да се согледаат досегашните проблеми во развојот на туризмот во овој регион, да се извршат компаративни согледувања на можностите за иден развој со користење искуства од земјите од опкружувањето и да се создаде модел за рационално користење на вредностите во Јужна и Источна Србија.

1. Согледување на досегашните проблеми во развојот на туризмот во Јужна и Источна Србија

И покрај големите потенцијали со кои регионот на Јужна и Источна Србија располага, развојот на туризмот во досегашниот период не е на задоволително ниво. За тоа придонесле бројните проблеми и фактори кои го ограничуваат развојот на селективните видови туризам на ова подрачје. Некои од најзначајните лимитирачки фактори се: неповолни демографски трендови, недоволно развиена општа инфраструктура, како и туристичка инфраструктура и супраструктура, неадекватен маркетинг концепт во промоцијата на туристичката понуда, недоволна финансиска поддршка и слично.

Според авторот Гашић (2016) „основни *демографски проблеми* во регионот Јужна и Источна Србија се: негативен природен прираст, емиграции, депопулација, сенилизација, промени во етничката структура на населението и нарушувања во територијалниот распоред“ (стр. 157). Според податоците од пописот на населението од 1971 до 2011 година,

стапката на природен прираст константно се намалува: од 4,8 промили во 1971 година до -8,0 промили во 2011 година (Митровиќ, 2015). „Најниски стапки на природен прираст забележени се во општините Црна Трава, Бабушница, Гаџин Хан, Ражањ, Сврлиг и Блаце“ (Гашиќ, 2016, стр. 158). Еден од озбилните демографски проблеми во регионот Јужна и Источна Србија претставува емиграцијата на населението. Иселувањето на населението доведува до последици врзани за бројот на население и влијае на популациското стареење (Рашевиќ, 2016). Авторот Гашиќ (2016) истакнува дека „најголемо демографско празнење се бележи во Пчињскио, Борскиот и Заечарскиот округ, додека драматична е ситуацијата во општина Црна Трава“ (стр. 159). Сенилизацијата (стареење на населението) претставува посебен проблем во регионот Јужна и Источна Србија. Покрај тоа, присутни се и промени во етничката структура на населението кои предизвикуваат социолошки, културни и политички последици во регионот Јужна и Источна Србија. Просторното разместување на населението во регионот Јужна и Источна Србија е нерамномерно. Додека во поедини окрузи и општини е нагласена концентрација на населението, во други окрузи и општини е присутна тенденција на намалување на бројот на жители. Поради сето наведено, посебно внимание треба да се посвети на тешката демографска ситуација во регионот Јужна и Источна Србија и решавањето на демографските проблеми кои го ограничуваат развојот на туризмот на овој простор и го отежнуваат вкупниот развој на регионот.

Еден од главните ограничувачки фактори во развојот на селективните видови туризам претставува **недоволно развиената општа инфраструктура**. Тие проблеми се согледуваат во неадекватната сообраќајна инфраструктура (незадоволувачки квалитет на патната мрежа), комуналната инфраструктура (неадекватни системи за наводнување, несоодветна канализациска струкутра и неадекватно управување со комуналниот отпад), недостатоци во областа на телекомуникациите (мал број телефонски претплатници во руралните подрачја, треба да се работи на модернизација на телефонските мрежи и подобра покриеност на територијата на регионот Јужна и Источна Србија). Ограничување во креирањето туристички производи и квалитетна туристичка понуда претставува и **недоволно развиената туристичка инфраструктура и супраструктура**. Проблемите во наведените области претставуваат ограничувачки фактор на развојот на туризмот, така да неопходно е унапредување и модернизација на општата инфраструктура.

Во досегашниот развој на туризмот во регионот Јужна и Источна Србија се користел **застарен и неадекватен маркетинг концепт** кога се во прашање туристичките атракции, туристичките производи и туристичките дестинации. Успешен развој на туризмот во современи услови бара добро осмислени, испланирани, организирани и реализирани

маркетинг активности. Овие активности треба да ги запознаат туристите со програмите на туристичката понуда на поедини делови на регионот Јужна и Источна Србија кои ќе ги задоволат нивните потреби, барања и желби. Како би се постигнале саканите резултати во оваа област, потребно е да се има добар маркетинг концепт и настап од страна на субјектите на туристичкото стопанство чија главна задача или една од задачите е промоција на туристичката понуда.

Без оглед на финансиската поддршка во развојот на туризмот од домашни и странски извори, *недостатокот од финансиски средства* и понатака претставува едно од ограничувањата во развојот на туризмот. И покрај кредитите, субвенциите и дотациите кои доаѓаат од страна на соодветни министерства за финансирање на различни проекти за развој на туризмот, како и покрај поддршката за развој на туризмот која доаѓа од буџетот на локалните самоуправи, како и инвестиции од домашни и странски приватни претпријатија, недоволните финансиски ресурси и понатака претставуваат едно од ограничувањата во развојот на туризмот во регионот Јужна и Источна Србија.

Покрај наведените проблеми и ограничувања, во Стратегијата за развој на туризмот на Република Србија за период 2016 - 2025 година се наведуваат следните слабости кои го отежнуваат и ограничуваат развојот на туризмот (стр. 30):

- Непрепознавање на значењето на туризмот како важен фактор за зголемување на вработеноста, економскиот раст и регионалниот развој;
- Неразвиеност на мерките за поттикнување, нефинансиска и финансиска поддршка на стопанските субјекти во туризмот;
- Недоволни инвестициски вложувања;
- Недостаток на општа инфраструктура во рамките на неразвиените туристички простори;
- Застарен и неадекватен модел на управување со туризмот и маркетингот во туризмот;
- Недостаток на соработка на јавниот и приватниот сектор во развојот на производите и воспоставување целосен синџир од вредности;
- Недоволно учество на локалните самоуправи во планирањето и развојот на туризмот.

Наведените проблеми и ограничувања кои го отежнувале развојот на туризмот во досегашниот период мора да се надминат во следниот период. Потребно е да се преземат низа мерки како наведените проблеми би се решиле и како би се спречило наведените ограничувања да го отежнуваат или долгорочно да го оневозможат развојот на туризмот во регионот Јужна и Источна Србија. Туризмот е дејност која бара континуирано унапредување

на квалитетот, како поради конкурентите, така и поради с'е посложените и разновидни барања на туристите. Постигнување, одржување и унапредување на квалитетот во туризмот е еден од главните услови во задоволувањето на туристичките потреби. Во современите услови квалитетот претставува еден од клучните фактори на опстанок на субјектите на туристичкото стопанство и туристичките дестинации на пазарот.

2. Согледување на можностите за иден развој на туризмот со користење на искуства во опкружувањето

Авторот Благојевиќ (2009) истакнува дека „концепцијата за развој на туризмот преvasходно ја детерминираат општествените односи и цели, потоа нивото на економскиот развој, стратегијата на стопанскиот развој, специфичностите на делувањата на пазарите, меѓународното опкружување, развојните трендови и други фактори“ (стр. 197). „Одржлив развој на туризмот е неопходен и може да биде постигнат само низ јасна општествена и еколошка одговорна политика и правилен пристап до сите аспекти на развојот на туризмот“ (Станкова, 2010, р. 116). При дефинирањето на насоките за идниот развој на туризмот на некое подрачје, важно е да се согледа развојот на туризмот во опкружувањето, да се искористат позитивните искуства и добрите примери за развој во другите региони и земји од опкружувањето. Регионот на Јужна и Источна Србија во идниот развој на туризмот може да ги користи позитивните искуства кои во развојот на туризмот ги имале други региони во Србија, како и земјите од опкружувањето.

Еден од добрите примери за развој на туризмот во Србија е *регионот на Западна Србија*, за чиј развој во голема мера придонесло основањето и функционирањето на регионалната туристичка организација (Туристичка организација на регијата Западна Србија). Оваа организација во голема мера го унапредила развојот на туризмот во регијата Западна Србија и придонесла за чување и промовирање на туристичките вредности на регионот. Туристичката организација интензивно поттикнува унапредување на квалитетот на туристичката понуда и презентација на туристичките вредности кога се во прашање здравствениот туризам, селскиот туризам, конгресниот туризам, манифестациите, гастрономијата, активниот одмор (планинарење, скијање, велосипедизам, параглајдинг, лов, риболов, јавање, рафтинг, качување и кањонинг). Туристичките организации на градовите и општините во оваа регија, како и Туристичката организација на регијата Западна Србија заедно работат на унапредување на развојот на туризмот на ова подрачје кое располага со исклучително природни и антропогени туристички вредности. Тоа за резултат го има фактот дека регионот на Западна Србија последните години се издвоил како еден од водечките

региони кога е во прашање туристичката карта на Србија и земјите од опкружувањето. По углед на овој регион, формирањето на регионални туристички организации во регионот на Јужна и Источна Србија, со поинтензивно ангажирање на постоечките туристички организации на градовите и општините во овој регион, значајно би придонесло на унапредувањето на развојот на туризмот во овој дел од земјата.

Развојот на туризмот во *Романија* не е на ниво на кое би требало да биде имајќи ги во вид потенцијалите за развој на туризмот и богатото природно и културно - историско наследство. Во текот на последните години, меѓутоа, с'е повеќе се воочува значењето на туризмот како двигател на општествениот и економскиот развој и се забележува напредок во развојот. Развојот на некои нови, современи видови туризам (деловен, градски, селски, културен, авантуристички туризам, крстарења) укажува на позитивниот тренд во развојот на романскиот туризам и го нагласува фактот дека туризмот може да биде важен сектор на националното стопанство. Тоа го овозможуваат значајниот природен потенцијал, незагадениот или слабо загаден природен амбиент, богатото културно - историско наследство, гастрономијата, традицијата, гостопримството, ниските цени, присуството и функционирањето на институциите кои го стимулираат, регулираат и олеснуваат развојот и промоцијата на селективните видови туризам.

Во текот на минатите години забележани се значајни резултати кога е во прашање развојот на руралниот туризам во Романија. Евидентни се резултатите во поглед на квалитетот и квантитетот на сместувачките структури во руралните подрачја благодарение на приватните инвестиции и финансирањето од различни фондови. Со цел понатамошен развој на туризмот, дефинирани се соодветни мерки кои ги чинат главните развојни правци: што подобра валоризација на природните и антропогените ресурси и нивната ефикасна промоција, модернизација на сместувачките објекти, развој и модернизација на општата инфраструктура, нов пристап во создавањето имиџ на Романија како туристичка дестинација (Anghel, M. Juganaru & I-D. Juganaru, http://feaa.ucv.ro/annals/v6_2008/0036v6-024.pdf).

Авторите Mitrut, Constantin & Gruiescu (достапно на <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2009/v2-economy-and-business-administration/25.pdf>) истакнуваат дека „проценката на туристичкиот потенцијал на Романија се потпира на сеопфатна активност на туристичкото зонирање кое првпат е развиено во 1975-1977 година, а потоа е периодично ажурирано. Земајќи го во предвид туризмот како систем на национално ниво, целта е воспоставување модел за проценка, изградба на хиерархија и предлагање на соодветни начини за валоризација на туристичкиот потенцијал. Користени се повеќе критериуми како би се ограничиле туристичките зони и би се предложиле приоритетни

акции во секој конкретен случај. Како резултат, идентификуван е голем број туристички зони, од кои некои се од посебно значење“ (р. 151).

Бугарија е на листата на најбрзорастечки туристички дестинации во Европа (<https://sofiaglobe.com/2017/07/07/bulgaria-among-fastest-growing-tourist-destinations/>). Во развојот на туризмот во Бугарија последните години с'е повеќе се вложува. Посебно се нагласува развојот на нови видови туризам кои се базираат на атрактивни туристички вредности кои ќе ги задоволат потребите на различните целни групи.

На основа на испитуваните трендови и проблеми во развојот на туризмот во Бугарија, се реализираат активности насочени кон: сегментација на пазарот и понуди на соодветен туристички производ подреден на пазарниот сегмент; едукација и обука на персоналот вработен во секторот за туризам; понуди на заеднички туристички пакети со други земји (на пример, од Балканскиот полуостров) со цел привлекување нови пазарни сегменти; ширење понуди со туристички аранжмани за кратки патувања и флексибилни разновидни кружни тури (Ђурица, 2014). Во одредени региони диверзификацијата на активности низ развојот на селективните видови туризам значајно влијае на вработување и приходи на населението, на нивниот квалитет на живот и конкурентноста на стопанството во земјата. Авторот Николова (2012) нагласува дека „доминантен развој и значење во овие региони имаат различните видови туризам - главно руралниот, агротуризмот и екотуризмот. Степенот на нивното влијание утврден е со нивниот развој, објективните околности и карактеристиките на специфичните региони“ (р. 36). Имајќи го тоа во вид, една од целите за оживување на руралните подрачја во Бугарија и спречување на напуштања на такви подрачја е развој на туризмот и диверзификација на активностите во руралните подрачја.

Развојот на туризмот во **Македонија** се заснова на богатото природно и културно - историско наследство. Посебно внимание, кога е во прашање идниот развој на туризмот во склад со концепцијата на одржлив развој, се посветува на регионално ниво во планирање на идниот развој. Покрај тоа, нагласена е потреба за јакнење на институционалните структури во туристичкиот сектор, со фокус на подобрување на координациите на национално и локално ниво, како и на развој на човечките ресурси во областа на туризмот.

Постои силна основа за идниот развој на туризмот во Република Македонија. Идните активности во оваа област мораат да бидат врзани за промоција на туристичките производи, почитување на принципите на одржливиот развој, заштита на природното опкружување, почитување на приоритетите и слично. Хетерогеноста на туризмот влијае на тоа идентификацијата на туристичките потенцијали и постигнувањето конкурентност во

туристичкиот сектор да бидат посложени. Затоа е неопходен сериозен пристап на ова прашање во случајот на Република Македонија (Нестороска, 2012).

3. Создавање модели за рационално користење на вредностите во Јужна и Источна Србија

Значајните и разновидни природни и антропогени туристички вредности претставуваат исклучителни атракции и основа за развој на туризмот. Тие вредности, меѓутоа, потребно е рационално да се користат во процесот на развој на туризмот, креирање и потрошување на туристичкиот производ. Концепцијата на одржливиот развој треба да биде основа за идниот развој на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. При планирањето на развојот на селективните видови туризам, значи, мора да се уважуваат основните принципи на одржливост.

С'е поголемиот притисок на конкуренцијата и барањата на современите туристи кои сакаат да видат повеќе ја наметнува потребата за создавање интегриран туристички производ. Поедини окрузи на регионот Јужна и Источна Србија, како и самиот регион, треба да работат на креирање интегриран и препознатлив туристички производ кој е во склад со специфичните барања на побарувачката и начелата на одржливиот развој на туризмот.

Успешен развој на туризмот ќе придонесе во општествениот и економскиот напредок на поедини окрузи, но и целиот регион. Рационалното користење на вредностите и успешно управување со туристичките дестинации ќе привлече идни инвеститори, што може дополнително да го унапреди развојот и подобри имиџот на регионот на Јужна и Источна Србија како туристичка дестинација. Затоа е неопходно создавање модел за рационално користење на вредностите и адекватно управување со развојот на туризмот на подрачјето на регионот на Јужна и Источна Србија.

Многу е важно, притоа, да се идентификуваат стејкхолдерите кои ќе бидат клучни актери во процесот на дефинирање на моделот за рационално користење на вредностите во регионот Јужна и Источна Србија. Важно е, исто така, тие стејкхолдери да бидат заинтересирани и мотивирани за создавање на соодветен модел, како и да бидат вклучени во процесот на донесување одлуки кои се однесуваат на развојот на туризмот на ова подрачје. Создавање оптимален модел, значи, бара адекватен пристап на сите стејкхолдери заинтересирани за развој на туризмот на подрачјето на Јужна и Источна Србија. Рационалното користење и управување со вредностите подразбира заштита на природните и антропогените вредности поради нивната единственост и исклучителност, планско

користење на земјиштето, планска изградба, донесување и примена на соодветни прописи кои се однесуваат на развојот на туризмот и слично. Тоа е клучен фактор на развојот на туристичките дестинации. Доколку се создаде соодветен модел на рационално користење на вредностите во туризмот, се овозможува издвојување на видови туризам кои долгорочно ќе се развиваат на концепцијата на одржливиот развој.

Зачувување на туристичките ресурси подразбира пронаоѓање на прифатливиот туристички развој кој треба да овозможи (Бошковиќ, 2015, стр. 120):

- Долгорочна одржливост на туристичките ресурси;
- Остварување профит за оние кои развиваат видови туризам засновани на нив;
- Остварување позитивни економски ефекти по локалното население;
- Формирање туристички производ на дестинацијата кој ќе ги задоволи потребите на туристите.

За туристичките вредности да бидат зачувани и истовремено да обезбедат развој на туризмот, неопходна е подготвеност на субјектите од туристичкото стопанство, локалното население и туристите да го прифатат развојот на туризмот со почитување на принцип на одржливост, бидејќи одржливоста е една од главните цели на развојот на туризмот во современи услови. Природните и антропогените вредности претставуваат основа за развој на туризмот, така да нивните карактеристики секогаш мора да се имаат во предвид во процесот на развојот и не смее да се загрози нивната егзистенција.

Долгорочен развој на туризмот на некое подрачје бара континуирана грижа за расположивите ресурси. Тука е многу важна улогата и на туристичкото стопанство и локалното население. Покрај тоа, неопходна е и активна улога на државата, која со своите мерки би требало да влијае на интензитетот на користење на ресурсите. Улогата на државата е важна и поради тоа што тешко е да се очекува дека туристичкото стопанство и локалното население во економски неразвиените подрачја ќе ги преферираат долгорочните над краткорочните ефекти на развојот, како и дека ќе имаат одговорен пристап во тој развој (Бошковиќ, 2015).

Авторот Мојиќ (2016) истакнува дека е „неопходно да се изгради структура на систематски, плански, целен, хармонизиран и координиран развој на различните видови туристички содржини. Цел е да се воспостави ефикасен систем за управување со интегрираниот туристички производ кој треба ефикасно да управува со потенцијалот на растот, но и да ја подигнува атрактивноста на самата дестинација, притоа да остварува одржливост на растот, да обезбедува корист и да го подигнува квалитетот на животот на

локалното население“ (стр. 257). Според овој автор, „планскиот пристап во развојот на туризмот претставува основа за негов успешен развој“ (Мојиќ, 2016, стр. 258).

Правилното користење на вредностите во туризмот и управување во развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија може да ја зајакне конкурентската предност на регионот, да обезбеди задоволство на туристите и локалното население, да го унапреди имиџот на регионот, да создаде целокупен синџир на вредности во туризмот и да обезбеди економска, еколошка и социо - културна одржливост.

ЗАКЛУЧОК

На територијата на регионот Јужна и Источна Србија постојат бројни природни и антропогени туристички вредности, кои претставуваат компаративни предности на регионот во развојот на туризмот. Тоа создава одредено ниво на конкурентност на регионот, но тоа ниво не задоволува. Затоа е важно компаративните предности со кои регионот располага да се претворат во конкурентски предности и да се зголеми нивото на конкурентност на регионот на туристичкиот пазар. Со оглед на тоа дека регионот располага со разновидна ресурсна основа, потребно е да се креира туристичка понуда со што поразновидни туристички производи и услуги. Таква туристичка понуда може да го зголеми туристичкиот промет во регионот. Може, исто така, да го зголеми нивото на конкурентност на регионот на домашниот и меѓународниот туристички пазар. Во регионот Јужна и Источна Србија секој округ има одредени специфичности во поглед на демографските карактеристики, природните и антропогените туристички вредности и можности за развој на туризмот. Во регионот, значи, постои основа за развој на селективните видови туризам кои понатака можат да го поттикнат регионалниот развој на туризмот и ќе ги истакнат компаративните и конкурентските предности на регионот. Богатството и разновидноста на природните и антропогените туристички вредности упатува на можност за развој на различните видови туризам. Вниманието на туристите го заслужуваат бројните геоморфолошки туристички вредности (планини, клисури, кањони, пештери), хидрографските туристички вредности (термоминерални води, реки, езера, врела, водопади), разновидниот растителен и животински свет, поволните климатски услови, спомениците на културата (цркви, манастири, тврдини, музејски објекти), археолошките наоѓалишта, знаменитите места и просторните културно - историски целини. С'е уште неоткриените дестинации во овој регион на туристите можат да му понудат чисто и здраво природно опкружување, здрава храна, уживање во голем број паркови на природата и пределите со исклучителни одлики, во резерватите на природата, спомениците на природата, потоа престој во бањски места и планински центри, посета на манастири, сакрални објекти, археолошки наоѓалишта, музеи, тврдини, национален парк. Покрај тоа, одредени подрачја во овој регион даваат можности за авантуристички активности, спортски и рекреативни активности во природата, на голем број реки и езера. Ако кон тоа ја додадеме и добрата сообраќајна поврзаност на регионот, овој регион би можел да се издвои како регион кој има можности за развој на селективните видови туризам, како што се: излетнички туризам, екотуризам, спортски туризам, авантуристички туризам, наутички туризам, ловен и риболовен туризам, културен туризам,

верски туризам, манифестациски туризам, гастрономски туризам, вински туризам, агротуризам, транзитен туризам, и така натака.

Една од карактеристиките на современите туристи е да бараат туристички производ кој е заснован на локалните, специфични ресурси. Креирањето на таквите специфични туристички производи им овозможува на дестинациите да се издвојат на туристичкиот пазар. Таквите производи можат да ги задоволат барањата на современите туристи и придонесуваат за поголема конкурентност на туристичката дестинација. За поедини сегменти на туристичката побарувачка важно е да се изврши диференцијација на ресурсите и туристичките производи. На тој начин можно е да се создаде диверзификувана понуда на туристички производи. Примената на стратегијата на диференцирање на туристичките производи, на база на диференцијација на туристичките ресурси, има за цел исполнување на најразлични барања на современите туристи и подобрување на позициите на дестинацијата на туристичкиот пазар. За поедини сегменти на туристичката побарувачка, меѓутоа, треба да се комбинираат расположивите ресурси, да се претстави обединета туристичка понуда на поедини окрузи или регионот во целина. Таква обединета понуда посебно е важно да им се претстави на туристите од странство. Најновите трендови на пазарот покажуваат дека постои с'е поголема побарувачка за производите на специјалните интересирања (набљудување на природата, кањонинг, лов и риболов, пешачење, рафтинг, параглајдинг, јавање, обиколка на културното и природното наследство, велосипедизам, планинарење, алпско и нордиско скијање, санкање, сноубординг, пловење со чамец и речни експедиции, слободно качување по карпи, кампирање, возење 4x4, истражување и едукација, обиколка, проучување на кањоните и пештерите и слично). Регионот на Јужна и Источна Србија има потенцијал да ги задоволи таквите барања кои ја карактеризираат современата туристичка побарувачка, но тој потенцијал не е на прав начин валоризиран.

За креирање на квалитетна туристичка понуда и соодветен настап на домашниот и меѓународниот туристички пазар, потребно е да се идентификуваат и искористат сите поттикнувачки фактори. Важно е да се идентификуваат афирмативните фактори во развојот на туризмот и веќе е истакнато дека постои значаен потенцијал за развој на селективните видови туризам во регионот на Јужна и Источна Србија. Тој потенцијал, меѓутоа, не е доволно искористен. Покрај согледувањата на афирмативните фактори во развојот на селективните видови туризам, многу е важно и да се идентификуваат ограничувачките фактори во тој развој и критички да се пристапи на нивната анализа. Важно е, значи, да се елиминира или ублажи дејството на ограничувачките фактори во развојот на туризмот. И покрај значајните потенцијали со кои регионот на Јужна и Источна Србија располага,

развојот на туризмот во досегашниот период не е на задоволително ниво. За тоа придонесле бројни проблеми и фактори кои го ограничуваат развојот на селективните видови туризам на ова подрачје. Некои од најзначајните ограничувачки фактори се: неповолни демографски трендови, недоволно развиена општа инфраструктура, недоволно развиена туристичка инфраструктура и супраструктура, неадкватен маркетинг концепт во промоцијата на туристичката понуда, недоволна финансиска поддршка и слично.

Улогата на населението во развојот на туризмот е многу важна. Успехот во развојот на туризмот на некое подрачје во голема мера зависи од ставовите на месното население и неговата спремност да се вклучи во туристичките активности, создавање и пласман на туристичките производи и услуги и реализација на активности за унапредување на развојот на туризмот на конкретно подрачје. Регионот Јужна и Источна Србија го карактеризира длабока демографска старост. Тоа е „најстариот“ регион во Република Србија. Неповолната старосна структура на населението не придонесува во развојот на туризмот во регионот и претставува еден од ограничувачките фактори во тој развој. Подаците од пописот на населението покажуваат дека во регионот Јужна и Источна Србија доаѓа до намалување на бројот на жители, намалување на бројот на домаќинства, како и бројот на членови во домаќинствата. Еден од проблемите во регионот е и евидентно високото учество на жители без школска подготовка и со непотполно основно образование и ниско учество на жители со високо образование. Ова претставува ограничувачки фактор во развојот на туризмот, но и во вкупниот развој на регионот Јужна и Источна Србија. Затоа е важно посебно внимание да се посвети на едукација на кадри, а посебно кадри од областа на туризмот. Потребно е да се креираат и реализираат соодветни програми од областа на туризмот, континуирано да се реализираат обуки, курсеви, работилници за населението кое моментно се занимава со туризам или население кое во иднина ќе извршува работи од областа на туризмот. На тој начин постоечките кадри можат да стекнат нови и да ги унапредат постоечките знаења од областа на туризмот и современите тенденции во туризмот. Тие таквите знаења ќе ги применат во реализација на туристичките активности и унапредување на туристичката понуда, што ќе придонесе за развој на туризмот во регионот. На овој простор најголемо е учеството на населението кое извршува занимања во земјоделието, шумарството и рибарството. Имајќи во предвид дека овие дејности на некој начин се поврзани со туризмот, тоа може во одредена мера поттикнувачки да делува на развојот на туризмот.

Како што е веќе наведено во дисертацијата, еден од главните ограничувачки фактори во развојот на туризмот на ова подрачје е несоодветната инфраструктура. Тие проблеми се согледуваат во неадекватната сообраќајна инфраструктура, комунална инфраструктура,

постоење недостатоци во областа на телекомуникациите, недоволно развиената туристичка инфраструктура и супраструктура. Во овој регион нивото на развиеност на инфраструктурата, значи, не е на задоволително ниво, а познато е дека за креирање на квалитетна и атрактивна туристичка понуда многу е важна добра развиеноста на сообраќајната инфраструктура, туристичката инфраструктура и супраструктура. Во поедини окрузи на регионот Јужна и Источна Србија постојат многу привлечни туристички вредности кои на туристите им се тешко достапни поради лошите, пред с'е, локални патишта. Тоа бара посебно внимание, планирање и реализација на активности во тие области како дестинациите од регионот Јужна и Источна Србија би настапиле на туристичкиот пазар со подобра туристичка понуда. Како би се зголемил бројот на домашни и странски туристи во дестинациите од овој регион, неопходна е реконструкција, модернизација и подобрување на квалитетот на сообраќајната инфраструктура.

Многу дестинации од регионот Јужна и Источна Србија, и покрај исклучителните туристички вредности, не се препознатливи на домашниот и меѓународниот туристички пазар. Тоа во голема мера е последица на неадекватни и недоволни промотивни активности. Причина за тоа се неадекватни кадри и недоволни буџети за промоција. Многумина не го препознаваат регионот како атрактивна туристичка дестинација, немаат претстава за туристичкиот потенцијал на регионот и значењето на промоцијата и презентацијата на таквиот потенцијал. Затоа во следниот период потребно е да се пристапи на изработка на маркетинг планови на дестинацијата кои ќе дадат смерници за натамошна реализација на промотивните активности. Потребно е поинтензивно огласување во сите медиуми (посебно електронските), поактивно учество на саемите и другите туристички манифестации и формирање на информативни центри во местата во кои не постојат.

Наведените проблеми и ограничувања го отежнуваат развојот на туризмот и мораат да се надминат во следниот период. Потребно е да се преземат соодветни мерки и активности како би се спречило наведените ограничувања да го отежнуваат или долгорочно да го оневозможат развојот на туризмот во регионот на Јужна и Источна Србија. Тие мерки и активности треба да бидат насочени кон унапредување на сообраќајната и комуналната инфраструктура, унапредување на туристичката инфраструктура и супраструктура, изградба на нови и обнова на постоечките сместувачки капацитети, унапредување на туристичката сигнализација, спроведување на програма за заштита на природните и антропогените туристички вредности, едукација на кадри во областа на туризмот, јакнење на свеста на општествените заедници за чување на туристичките вредности и значењето на развојот на туризмот во регионот, развојот на позитивен имиџ на дестинациите во регионот, изработка

на квалитетен промотивен материјал, поинтензивна реализација на промотивните активности, реализација на директни и индиректни мерки за поддршка на развојот на туризмот. Сите тие активности треба да го зголемат нивото на конкурентност на дестинациите во регионот на Јужна и Источна Србија на туристичкиот пазар.

Креирањето и унапредувањето на туристичката понуда има за цел подобро позиционирање на дестинациите на пазарот, зголемување на туристичкиот промет и приходи од туризмот. За унапредување на туристичката понуда во туристичките дестинации од регионот Јужна и Источна Србија важно е да се преземат мерки и активности кои имаат за цел:

- Континуирано следење на потребите, барањата, желбите и ставовите на туристите;
- Развој на нови туристички производи во склад со барањата на современата туристичка побарувачка;
- Развој на специфични сегменти на туристичката понуда во дестинациите од регионот на Јужна и Источна Србија и развој на специфичните туристички производи;
- Развој на интегрираниот туристички производ кој ќе претставува комбинација од повеќе специфични и меѓусебно поврзани туристички вредности;
- Развој на нови и модернизација на постоечките објекти во туристичката понуда;
- Поинтензивна промоција на туристичката понуда;
- Поврзување и соработка на сите актери во областа на туризмот;
- Планирање и реализација на проекти кои ќе придонесат за подобра содржина и квалитет на туристичката понуда во дестинациите на регионот Јужна и Источна Србија и нивната поинтензивна промоција.

Во многу градови и општини од регионот се спроведуваат мерки кои имаат за цел унапредување на туристичката понуда и зголемување на туристичкиот промет. Потребна е, меѓутоа, поинтензивна реализација на тие мерки и активности, како и континуирано планирање на нови мерки и активности. Во регионот на Јужна и Источна Србија со дестинациите управуваат локалните туристички организации. Заедничкото ангажирање на локалните туристички организации и нивното поврзување би можело да придонесе за унапредување на развојот на туризмот во регионот. Добар пример на ниво на земјата претставуваат активностите на Туристичките организации на регијата Западна Србија кои се насочени кон развојот и унапредувањето на туризмот во регијата Западна Србија. Создавање на таква регионална туристичка организација на подрачјето на Јужна и Источна Србија во

голема мерка би го унапредило квалитетот на туристичката понуда, промоцијата на таква понуда и развој на туризмот во регионот. По углед на регијата Западна Србија, формирање на регионална туристичка организација во регионот Јужна и Источна Србија, со поинтензивно ангажирање на постоечките туристички организации во градовите и општините во овој регион, значајно би придонесло за унапредување на развојот на туризмот во овој дел од земјата.

Многу е важно на регионално и локално ниво да се формулираат стратегиите на развојот на туризмот и соодветните политики на развојот на туризмот, како и политиката за развој на поедини селективни видови туризам на ниво на регионот и поедините туристички дестинации. Притоа, потребно е континуирано следење на процесот на реализација на развојните политики, споредување на остварените и планираните резултати, благовремено идентификување на проблемите и утврдување на причините за тие проблеми. За тоа да се постигне, потребно е да се дефинира соодветна рамка за мониторинг кој ќе покаже што е добро сработено, а што не. Таков мониторинг ќе даде информации кои овозможуваат подобро да се согледа моменталната состојба, ќе ги планира идните активности и ќе предложи мерки да би се оствариле поставените цели.

Успешниот развој на туризмот ќе придонесе за општествен и економски напредок на поедини окрузи, но и целиот регион. Рационалното користење на вредностите и успешното управување со туристичките дестинации ќе привлече идни инвеститори, што може додатно да го унапреди развојот и ќе го подобри имиџот на регионот на Јужна и Источна Србија како туристичка дестинација, ќе ја зајакне конкурентската позиција на пазарот и ќе обезбеди задоволство на туристите. Затоа е неопходно создавање модел за рационално користење на вредностите и адекватно управување со развојот на туризмот на подрачјето на регионот Јужна и Источна Србија.

Развојот на селективните видови туризам во регионот Јужна и Источна Србија, значи, треба да се планира така да се обезбеди рационално користење на природната средина и културно - историското наследство, како и афирмација на автентични и специфични природни и антропогени вредности во туристичките дестинации. Пред реализацијата на активностите врзани за развој на туризмот, посебно внимание треба да се посвети и на последиците од туристичкиот развој на конкретно подрачје, ондосно согледување можни квалитативни и квантитативни последици од туристичкиот развој. Пред с'е, треба да се согледа влијанието кое тој развој го има на природното и културното наследство. Потребно е континуирано да се спроведуваат активности кои имаат за цел заштита и унапредување на природното и културно наследство. Сето тоа е важно како на туристите би им се понудиле

автентични искуства и производи од висок квалитет. Позитивните ефекти од развојот на туризмот се согледуваат во развојот на недоволно развиените подрачја, отворање нови работни места, што понатака води кон намалување на невработеноста и сиромаштијата и подобрување на животниот стандард на локалното население. Позитивните ефекти се согледуваат, исто така, во забрзување на инвестициите, развојот на инфраструктурата и слично.

На основа на сето наведено, како и на основа на резултатите од емпириското истражување кое е реализирано на територијата на регионот Јужна и Источна Србија кое покажа дека испитаниците сметаат дека нивната општина би можела да стане атрактивна туристичка дестинација благодарение на природните и антропогените туристички ресурси со кои располага, може да се прифати основната хипотеза дека регионот на Јужна и Источна Србија располага со значајни природни и антропогени туристички вредности, но дека можностите за развој на селективните видови туризам на овој простор не се доволно искористени. Резултатите од истражувањето, исто така, покажаа дека најголем удел испитаници (66,2%) целосно се сложуваат со тоа дека во нивното место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот, додека 26,7% делумно се сложуваат со тоа. Ова укажува дека најголем број испитаници смета дека во нивното место треба да се преземат активности и мерки кои ќе имаат за цел поттикнување на развојот на туризмот. Најголем удел испитаници (61,2%), исто така, смета дека многу е важно да се има плански пристап во развојот на туризмот и да се преземаат активности кои се насочени кон дефинирањето на целите, стратегиите, политиката и програмата за развој, како и средствата за нивна реализација.

ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ

1. Аврамовић, М. & Поповић, С. (2016). *Промотивне активности у туризму*. Висока пословна школа струковних студија, Лесковац.
2. Алибашић, Х. (2006). Савремени трендови у развоју међународног туризма. *Научно-стручни часопис из туризма Туризам бр. 10, Савремене тенденције у туризму, хотелијерству и гастрономији*, Природно-математички факултет, Нови Сад, стр. 7-10.
3. Almeyda-Ibanez, M. & George, B. (2017). The evolution of destination branding: A review of branding literature in tourism. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, Vol. 3, No. 1, pp. 9-17.
4. Ангелевска – Најдеска К. Valorisation and management of the tourist resources-a condition for sustainable tourism development, *Quaestus Multidisciplinary Research Journal*, pp. 86-99.
5. Anghel, A., Juganaru, M. & Juganaru, I-D. *The evolution of new types of tourism in Romania*, достапно на http://feaa.ucv.ro/annals/v6_2008/0036v6-024.pdf
6. Аћимовић, С. (2013) Саобраћајни коридори Србије - где смо данас и како даље, *Нова српска политичка мисао, часопис за политичку теорију и друштвена истраживања*, достапно на <http://www.nspm.rs/ekonomska-politika/saobracajni-koridori-srbije-%E2%80%93-gde-smo-danas-i-kako-dalje.html?alphabet=1>
7. Ahuja, S. (2014). *Destination Branding: A Holistic Approach for Brand Architecture in Tourism Industry*. Jaypee Institute of Information Technology, Noida, India.
8. Basiago, A. D., (1999). Economic, social and environmental sustainability in development theory and urban planning practice. *The Environmentalist No.19*, pp. 145-161.
9. Бакић, О. (2008). *Маркетинг у туризму*, Факултет за услужни бизнис, Сремска Каменица.
10. Бјељац, Ж. (2006). *Евалуација и валоризација туристичких манифестација*, *Зборник радова са симпозијума Сусрети организатора манифестација Београд*, Виша туристичка школа, Универзитет у Београду и часопис Водич кроз туристичке манифестације.
11. Бјељац, Ж. (2000). Стање и перспектива развоја туризма у Србији. *Економске теме бр. 3*, Економски факултет, Ниш.
12. Бјељац, Ж. (2006). Туристичке манифестације у недовољно развијеним просторима Србије. *Гласник српског географског друштва, Св. 1, LXXXVI*.
13. Бјељац, Ж. (2010). *Туристичке манифестације у Србији*. Географски институт „Јован Цвијић“, Српска академија наука и уметности, Београд.

14. Бјељац, Ж., Бранков, Ј. & Поповић, И. (2009). Туризам у неразвијеним просторима Србије. *Зборник радова Књ. 59 №2*, Географски институт Јован Цвијић САНУ, стр. 95-110.
15. Благојевић, С. (2009). Планирање развоја туризма. *Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство 38/2009*, стр. 196-209, UDK: 338.48.
16. Boycheva, С. (2017). Innovation and Competitiveness in the Context of the Bulgarian Tourism Industry. *Economic Alternatives, Issue 1*, pp. 137-148.
17. Бошковић, Н. (2015). *Одрживо коришћење природних ресурса као основа развоја туризма Србије*. Докторска дисертација, Универзитет у Крагујевцу, Економски факултет, Крагујевац.
18. Бошковић, Т. & Михајловић, М. (2016). Савремене тенденције на међународном туристичком тржишту. *Школа бизниса, бр. 1/2016*, стр. 121-126, UDC 338.48(100), DOI 10.5937/skolbiz1-11733
19. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, Vol. 21, pp. 97-116.
20. Војновић, Б., Цвијановић, Д. & Стефановић, В. (2012). *Развојни аспекти туристичке делатности*. Институт за економику пољопривреде, Београд.
21. Вратуша, В. & Анастасијевић, Н. (2002). Одрживи развој, уређивање простора и сеоски туризам у Србији на почетку 21. Века, *Туризам, No. 6*, Нови Сад.
22. Вртипрах, В. (2006). Културни ресурси као чинитељ туристичке понуде у 21. Стољењу. *Економска мисао и пракса*, бр. 2, стр. 279-296, UDK: 379.85: 338.467.6
23. Вујић, Т. (2009). *Стратегија промоције туристичке дестинације*. 1. Научни скуп са међународним учешћем Синергија, Универзитет Синергија.
24. Вуконић, Б. & Кеча, К. (2001). *Туризам и развој: појам, начела, поступци*. Микрорад и Економски факултет, Загреб, ISBN 953-6286-49-1
25. Вучић, С., Ранђеловић, М. & Ђорђевић, Д. (2002). Одрживи туризам као потреба савремених туристичких кретања, *Часопис департмана за географију, туризам и хотелијерство, Туризам 6*, Природно-математички факултет, Нови Сад, стр. 28-29.
26. Гашић, М. (2016). *Туризам у функцији развоја руралних подручја Јужне и Источне Србије*, Универзитет у Нишу, Економски факултет, Ниш.
27. Гашић, М. & Ивановић, В. (2015). Туристичко – географски положај Топличког округа. *Часопис БизИнфо*, волумен 6, број 1, стр. 53-64.

28. Гашић, М., Ивановић, В. & Перих, Г. (2015). *Материјална база развоја туризма на простору Топличког округа*. Synthesis, International Scientific Conference of IT and Business – Related Research, DOI: 10.15308/Synthesis-2015-494-498
29. Goeldner, C. R. & Brent Ritchie, J.R. *TOURISM Principles, Practices, Philosophies*. eleventh edition, John Wiley & Sons, Inc.
30. Грачан, Д. & Алкиер Раднић, Р. *Анализа хрватског туристичког тржишта и потенцијалне могућности развоја хрватског туризма*, достапно на <https://bib.irb.hr/datoteka/178692.Split.doc>
31. Datzira, M. J. (2006). *Tourism Product Development: A way to create value – The case of LaVall de Lord*. Barcelona.
32. Дашић, Н. & Јовичић, Д. (2011). Селективни облици туризма у Црној Гори. *Гласник српског географског друштва, свеска ХСI – Бр. 1*, стр. 135-146, UDC 911.3:380.8(497.16), DOI: 10.2298/GSGD1101135D
33. Desforges, L. (2000). Travelling the world: identity and travel biography. *Annals of Tourism Research*, 27 (4), pp. 926-945.
34. Димоска, Т. & Петревска, Б. (2012). *Tourism and Economic Development in Macedonia*. Conference Proceedings, ТНI 2012, Опатија, pp. 12-20.
35. Дојчиновић Ђукић, В. (2005). *Културни туризам*. Клио.
36. Дулчић, А. (2005). *Управљање развојем туризма*. Мате, Загреб.
37. Ђорђевић, А. & Зечевић, Б. (2015). *Креирање вредности у туризму*. Универзитет у Београду, Економски факултет, Центар за издавачку делатност, Београд, ISBN: 978-86-403-1409-1
38. Ђорђевић, В. (2006). *Статистика у економији*. Економски факултет, Ниш, ISBN: 86-85099-00-5
39. Ђорђевић, Т., Илић, Д., Цонић, М. & Стаменковић, П. (2014). Брендирана храна као потенцијал за развој туризма. *Часопис из области економије, менаџмента и информатике „БизИнфо“*, Висока пословна школа струковних студија, Блаце, стр. 55-69, УДК: 338.487:659.127.8; 338.487:338.439.22(497.11)
40. Ђукић Дојчиновић, В. (2005). *Културни туризам*. КЛИО Београд, ISBN 86-7102-197-1.
41. Ђурица, Н. (2014). *Карактеристике развоја Бугарске као туристичке дестинације*. Магистарски рад, Универзитет Сингидунум, Београд.
42. Живановић, Ј. & Пантић, М. (2008). *Специфичности села у Србији у контексту туристичког потенцијала*. Институт за архитектуру и урбанизам Србије, Београд.

43. Живковић, Р. (2011). *Понашање и заштита потрошача у туризму*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд, ISBN: 978-86-7912-351-0
44. Живковић, С. (2015). *Анализа података у SPSS-у*, Приручник из статистике, De Facto Consultancy, Подгорица.
45. Жмирић, Б. (2014). *Духовне светиње и њихов утицај на туризам у Поморављу*. Мастер рад, Универзитет Сингидунум.
46. *Закон о заштити природе*, („Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 91/2010 и 14/2016.).
47. *Закон о културним добрима Републике Србије* („Сл. гласник РС“, бр. 71/94, 52/2011 др. закони и 99/2011 – др. закон).
48. *Закону о туризму* („Службени гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 – др. закон, 93/2012 и 84/2015).
49. Imola, F. (2013). *Assessment of National Tourism Development Strategy –Hungary*.
50. Iordache, C. M. & Popa, R. M. Cultural - Folklore Events – Promoters of the Cultural Tourism. *Revista de turism*, No 6., pp. 56-60.
51. Јегдић, В. (2010). Оптимални модел управљања туристичком дестинацијом. *Часопис „Индустрија“*, бр. 3/2010, стр. 121-138.
52. Јовановић, В. (2015). *Тематски туризам*. Универзитет Сингидунум, Београд, ISBN: 978-86-7912-591-0
53. Јовановић, В. (2017). *Туризам и простор*. Универзитет Сингидунум, Београд, ISBN: 978-86-7912-656-6
54. Јовичић, Д. (2008). Стање и перспективе развоја бањског туризма у Србији. *Гласник српског географског друштва*, бр. 4, LXXXVIII.
55. Јовичић, Д. (2000). *Туризам и животна средина – концепција одрживог туризма*. Задужбина Андрејевић, Београд.
56. Klarić, Z. & Marković, I. (2015). Attitudes of Local Population of Tourism Impacts on Destination Sustainability – Case of Croatia. *Turizam, Volume 19, Issue 3*, pp. 98-110.
57. Ковачевић, Б. (2014). *Туризам Шајкашке*. Докторска дисертација, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
58. Korunovski, S. & Marinovski, N. (2012). Cultural tourism in Ohrid as a selective form of tourism development, *Procedia - Social and Behavioral Sciences 44*, pp. 104-113.
59. Koutoulas, D. (2004). Understanding the Tourist Product, *Interim symposium of the Research Committee on International Tourism (RC 50) of the International Sociological Association*

(ISA) on the topic: „Understanding Tourism – Theoretical Advances“, University of the Aegean, Mytilini, Greece.

60. Kruja, D. & Gjyzezi, A. (2011). The Special Interest Tourism Development and the Small Regions. *Turizam, Volume 15*, Issue 2. pp. 77-89.
61. Кушен, Е. (2001). *Туризам и простор – Класификација туристичких атракција*. *Простор* 1[21] 9[2001], стр. 1 – 14, UDK 711.143:338.48
62. Lankford, S.V. & Howard, D.R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research* 21(1), pp. 121-139.
63. Lisec, A. & Drobne, S. (2009). The influence of protected natural and cultural heritage on land management/market – The case of Slovenian natural protected areas, *Spatium International Review*, No. 20, pp. 41-48, UDK 719(497.4)
64. Максин, М. (2012). *Туризам и простор*, Универзитет Сингидунум, Департман за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд, ISBN 978-86-7912-401-2
65. Максин, М., Пуцар, М., Кораћ, М. & Милијић, С. (2010). *Менаџмент природних и културних ресурса у туризму*, Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд.
66. Мариноски, Н. (2015). *Основи на туристичката теорија и практика*. Факултет за туризам и угоститељство, Охрид, ISBN 978-608-4676-27-0
67. Мариноски Н., Стаменковић, П. & Илић, Д. (2015). *Туристичка географија*. Висока пословна школа струковних студија, Лесковац, ISBN: 978-86-84331-56-6
68. Марјановић, М., Михаиловић, И. & Спасић, К. (2016). *Статистика у економији и пословању са збирком решених задатака*. Висока пословна школа струковних студија Лесковац, ISBN 978-86-84331-60-3
69. Marcouiller, D., Prey, J. (2005). The Tourism Supply Linkage: Recreational Sites and their Related Natural Amenities. *The Journal of Regional Analysis & Policy*, pp. 23 – 32.
70. *Мастер план културно – историјске руте „Пут римских царева“*. Научно - истраживачки центар, Економски факултет, Београд.
71. *Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији* (2011). Заједнички програм УН „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“ финансиран од стране шпанског Фонда за достигање миленијумских циљева развоја
72. *Мастер план са пословним планом развоја туризма Власинског језера - Предлог завршног извештаја* (2007). Horwath i Horwath Consulting Загреб.
73. *Мастер план туристичке дестинације „Доње Подунавље“* (2007). Научно - истраживачки центар, Економски факултет, Београд.

74. *Мастер план туристичке дестинације „Стиг - Кучајске планине - Бељаница“* (2007). Научно - истраживачки центар, Економски факултет, Београд.
75. Mezei, K.A. Tourist Destination Management. *Revista de Turism, Journal of Tourism*, No. 8, pp. 52-58.
76. *Метеоролошки годишњак I. - климатолошки подаци 2016.* (2017). Републички хидрометеоролошки завод, Београд.
77. Middleton, V.T.C. (1989). Tourist product, in S. F. Witt and L. Moutinho (eds), *Tourism Marketing and Management Handbook*, Hempel Hempstead: Prentice Hall, pp. 573-576.
78. Milenkovska, V., Strezovski, Z. & Milenkovska, A. (2015). Promotion: Branding Tool for Macedonia as a Tourist Destination. *UTMS Journal of Economics* 6 (2), pp. 355-363.
79. Миловановић, С. (2010). Утицај информационе технологије на структуру туристичког тржишта и односе са потрошачима. *Туристичко пословање, Научно - стручни часопис*, Висока туристичка школа струковних студија, Београд, стр. 167-178, UDK: 004.748.52:338.48
80. Миловановић, Ж., Стојановић, М. & Регодић, Д. Програм пројеката за унапређење туристичке понуде на подручју Борског округа. *Sinergija, University International Scientific Conference*, UDK 502.131.1:338.48(497.11), COBISS.RS-ID 6303256, DOI: 10.7251/ZRSNG1602061M
81. Miočić, B. K., Razović, M. & Klarin, T. (2016). Management of Sustainable Tourism Destination Through Stakeholder Cooperation. *Management*, Vol. 21, pp. 99-120., UDC 338.48:005.1
82. Митровић, М. (2015). *Села у Србији - промене структуре и проблеми одрживог развоја*. Републички завод за статистику, Београд, стр. 46, ISBN 978-86-6161-150-6
83. Mitrut, C., Constantin, D.L. & Gruiescu, M. *Tourism potential and the diminishing of regional disparities in Romania*. достапно на <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2009/v2-economy-and-business-administration/25.pdf>
84. Мојић, Ј. (2012). Позиционирање простора Јужне Србије у циљу туристичког развоја. *Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство 41/2012.*, стр. 139-151, UDC: 338.483.11(497.11)
85. Мојић, Ј. (2016). *Валоризација економско - географских ресурса Јужне Србије у функцији туристичког развоја*. Докторска дисертација, Универзитет у Нишу, Економски факултет.
86. Мрњавац, Е., Берц Радишић, Б. и Павиа, Н. (2008). Management in Tourism and Environment Protection. *Turizam, Volume 12*, pp. 16-22., достапно на http://www.dgt.uns.ac.rs/turizam/arhiva/vol1_3.pdf

87. Мухи, Б. (2009). *Примена маркетинга у сеоском туризму Војводине*. Универзитет Едуконс, Факултет пословне економије, Сремска Каменица.
88. McKercher, B. & Du Cros, H. (2012). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Routledge.
89. Navarro, D. (2015). Tourist Resources and Tourist Attractions: Conceptualization, Classification and Assessment, *Cuadernos de Turismo, No. 35*, pp. 481-484, ISSN: 1139-7861; eISSN: 1989-4635
90. *Национална стратегија одрживог коришћења природних ресурса и добара*, („Службени гласник РС“, бр. 33/2012).
91. *Национална стратегија одрживог развоја*, („Службени гласник РС“, бр. 57/2008).
92. Нестороска, И. (2012). Identifying Tourism Potentials in Republic of Macedonia Through Regional Approach, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Volume 44, pp. 95-103.
93. Нестороска, И. (2011). *Situation and Perspectives on Sustainable Tourism Development in the Republic of Macedonia*, Tourism in South East Europe, University Rijeka, Opatija.
94. Николова, М. (2012) *Rural Tourism in Bulgaria - An Important Trend and a Factor for Accelerating the Process of Diversifying Activities in Rural Regions*, KSI Transactions on Knowledge Society, pp. 35-41.
95. *Одлука о Националном програму јавне железничке инфраструктуре за период од 2017. до 2021. године*. Народна скупштина Републике Србије, 2017.
96. *Општине у Србији 2006* (2007). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 1450-9075
97. *Општине у Србији 2007* (2008). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 1450-9075
98. *Општине у Србији 2008* (2009). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 1450-9075
99. *Општине у Србији 2009* (2010). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 1450-9075
100. *Општине у Србији 2010* (2010). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 1450-9075, исправљено издање.
101. *Општине и региони у Републици Србији 2011* (2011). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 1450-9075
102. *Општине и региони у Републици Србији 2012* (2012). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 2217-7981
103. *Општине и региони у Републици Србији 2013* (2013). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 2217-7981

104. *Општине и региони у Републици Србији 2014* (2014). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 2217-7981
105. *Општине и региони у Републици Србији 2015* (2015). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 2217-7981
106. *Општине и региони у Републици Србији 2016* (2016). Републички завод за статистику, Београд, ISSN 2217-7981
107. Perales, R.M.Y. (2002). Rural tourism in Spain. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1101-1129.
108. Петровић, М. (2014). *Квалитет агротуризма Војводине и његов утицај на ставове локалног становништва*. Докторска дисертација, Природно-математички факултет, Департаман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
109. *План развоја туризма на Старој планини са прединвестиционом студијом и физичко – техничким карактеристикама скијалишта - Финални извештај* (2007). Horwath i Horwath Consulting Загреб.
110. Попеску, Ј. (2002). *Маркетинг у туризму*. Чигоја штампа, Центар за одговорни и одрживи развој туризма (СенОРТ), Београд, ISBN 86-7558-060-6
111. Попеску, Ј. (2013). *Маркетинг у туризму и хотелијерству*. Универзитет Сингидуну, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд, ISBN: 978-86-7912-471-5
112. Попеску, Ј. (2016). *Менаџмент туристичке дестинације*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд, ISBN: 978-86-7912-6375
113. *Правилник о категоризацији туристичких места* („Сл. гласник РС“, бр. 24/2012, 31/2012 и 102/2015).
114. Работић, Б. (2013). *Селективни облици туризма*. Друго прерађено и допуњено издање, Висока туристичка школа струковних студија, Београд, ISBN: 978-86-82371-64-9
115. Радовић, М. & Марић, Р. (2000). Мере подстицања савременог развоја туризма. *Научно-стручни часопис из туризма Туризам бр. 4, Савремене тенденције у туризму*, Природно-математички факултет, Институт за географију, Нови Сад, стр. 16-19.
116. Радосављевић, Г. (2006). Квалитет као стратегија развоја туризма Србије. Фестивал квалитета 2006., 33. *Национална конференција о квалитету*, Асоцијација за квалитет и стандардизацију Србије, Крагујевац, стр. 254-258.
117. Разовић, М. Sustainable development and level of satisfaction of tourists with elements of tourist offer of destination. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 2013., pp. 371-385.

118. Рашевић, М. (2016). *Миграције и развој у Србији*. Међународна организација за миграције, Београд, ISBN 978-86-85003-19-6
119. Регионална стратегија руралног развоја Јабланичког и Пчињског округа, 2013-2017, Центар за развој Јабланичког и Пчињског округа.
120. Romao, J. (2012). *Tourism and Territorial Differentiation: An Analysis of the Competitiveness and Sustainability of Tourism*, Ph.D Program in Tourism, University of Algarve, Faculty of Economics.
121. Ромелић, Ј. (2008). *Туристичке регије Србије*. Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
122. Ружић, П. (2009). *Рурални туризам*. Институт за пољопривреду и туризам, Пореч.
123. Саопштење УТ10, Број 18 - год. LXVII, Статистика угоститељства и туризма, Република Србија, Републички завод за статистику, ISSN 0353-9555
124. Сенечић, Ј. & Гргона, Ј. (2006). *Маркетинг менаџмент у туризму*. Микрорад, Загреб, ISBN: 953-6286-74-2
125. Симић, В. (2011). Развој одрживог бањског туризма као могућност свеукупног развоја општине Књажевац, *Први симпозијум о управљању природним ресурсима, Зборник радова, Факултет за менаџмент Зајечар*, Мегатренд универзитет, стр. 272-281.
126. Smith, S.L.J. (1994). The Tourism Product, *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, No. 3, 0160-8383(93)E0032-9, pp. 582-595.
127. Сокобања - *Мастер план туристичке дестинације* (2007), HOSTING.
128. Срзентић, З. & Витић - Њетковић, А. (2016). Globalization and changing consumer behavior - challenges for positioning tourism destinations, *Tourism in function of development of the Republic of Serbia – Spa Tourism in Serbia and Experiences of Other Countries, Thematic Proceedings II*, University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja, Vrnjačka Banja, pp.17-32, ISBN 978-86-89949-09-4, ISBN 978-86-89949-11-7
129. Стаменковић, П. (2016). *Конкурентност Јабланичког округа као туристичке дестинације*, Докторска дисертација, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.
130. Станкова, М. (2010). The Tourism Regions in Bulgaria - Concepts and Challenges, *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 16, No.1, pp. 109-117.
131. Станковић, С. (2003). Животна средина, туризам и просторно планирање, *Гласник српског географског друштва, Свеска LXXXIII - Бр. 2*, стр. 19-30, UDC 502/504+380.8+71

132. *Статистички годишњак Републике Србије (2016)*. Републички завод за статистику, Београд.
133. Стефановић, В. & Глигоријевић, Ж. (2010). *Економика туризма*. СБЕН, Ниш.
134. Стојановић, Ј. (2014). Савремене тенденције у туризму. *Синтеза 2014, Међународна научна конференција Универзитета Сингидунум*, стр. 738-742, DOI: 10.15308/SINTEZA-2014-738-742
135. Стојковић, М. (2013). *Ситуацијска анализа туристичких потенцијала и ресурса*, Туризам и путовања, достапно на <http://www.turizamiputovanja.com/situacijska-analiza-turistickih-potencijala-resursa/>
136. *Стратегија развоја туризма Републике Србије за период 2016. - 2025.*, Влада Републике Србије, Министарство трговине, туризма и телекомуникација, Београд.
137. Субашић, Б., Миланков, М. & Граф, М. (2012). *Културно богатство региона Јужне и Источне Србије*. Завод за проучавање културног развоја, Београд.
138. Schaar, R. (2013). Destination Branding: A Snapshot, *UW-L Journal of Undergraduate Research XVI*, pp. 1-10.
139. Тодоровић, М. & Штетић, С. (2009). *Рурални туризам*. Географски факултет, Београд, ISBN 978-86-82657-76-7
140. Томка, Д. (2003). Људи - најзначајнији фактор маркетинг стратегије у сеоском туризму. *Рурални туризам и одрживи развој Балкана*, Крагујевац.
141. Ћорлука, Г., Матошевић Радић, М. & Геић, С. (2013). Selective Forms of Tourism - the Way of Extending the Summer Season, *Economy Transdisciplinarity Cognition*, Volume 16, Issue2/2013, pp. 88-96.
142. Убавић, П. (2015). Специфичности промоције као инструмента маркетинг микса у туризму. *Часопис БизИнфо*, Волумен 6, број 1, стр. 65-78.
143. Убавић, П. (2015). Туристичка политика и могући правци развоја туризма у Србији. *Економија, Теорија и пракса, година VIII - број 1*, стр. 16-31, УДК: 338.481(497.11)
144. Унковић, С. & Зечевић, Б. (2015). *Економика туризма*. Економски факултет, Центар за издавачку делатност, Београд, ISBN: 978-86-403-1429-9
145. *Уредба о категоризацији железничких пруга*, „Сл. гласник РС“ бр. 115/13.
146. *Уредба о номенклатури статистичких територијалних јединица* („Сл. Гласник РС“, бр. 109/2009 и 46/2010)
147. Fleischer, A. & Felsenstein, D. (2000). Support for rural tourism: does it make a difference? *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1007-1024.
148. Хацић, О. (2005). *Културни туризам*. Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Нови Сад.

149. Harrison, D. (2015). Development Theory and Tourism in Developing Countries: What has theory ever done for us?, *IJAPS, Vol. 11*, Supplement 1, pp. 53-82.
150. Harish, R. (2010). Brand Architecture in Tourism Branding: the way forward for India. *Journal of Indian Business Research, Vol. 2 (3)*, pp. 153-165.
151. Hasan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research, 38*.
152. Храбовски Томић, Е. (2008). *Селективни облици туризма*. Факултет за услужни бизнис, Сремска Каменица.
153. Храбовски Томић, Е. (2004). How to achieve sustainable development of rural tourism in Vojvodina? *17th Biennial International Congress: Tourism and Hospitality Industry*, Опатија.
154. Xu J.B. (2010). Perceptions of tourism products, *Tourism Management 31 (2010)*, pp. 607-610.
155. Cai, L.A. (2002). Cooperative Branding for Rural Destinations, *Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 3*, pp. 720-742.
156. Chan, R. & Bhatta, K. (2013). Ecotourism Planning and Sustainable Community Development: Theoretical Perspectives for Nepal, *SAJTH, Vol. 6, No1*, pp. 69-96.
157. Цвијановић, Д. (2016). *Маркетинг у туризму*. Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам, Врњачка Бања, ISBN 978-86-89949-19-3
158. *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage (1972)*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation.
159. Чекрлија, Ђ. & Турјачанин, В. (2006). *Основне статистичке методе и технике у SPSS-у, Примјена SPSS-а у друштвеним наукама*. Центар за културни и социјални поправак, Бања Лука.
160. Черовић, С. (2004). *Истраживање туристичког тржишта*. Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад, ISBN 86-7031-043-0
161. Черовић, С. (2009). *Стратегијски менаџмент у туризму*. Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Београд, ISBN: 978-86-7912-177-6
162. Черовић, С. (2003). *Менаџмент у туризму*. Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад, ISBN 86-7031-037-6
163. Черовић, С. (2002). *Стратегијски менаџмент туристичке привреде Србије*. Зелнид, Београд.
164. Черовић, С., Барјактаровић, Д. & Кнежевић, М. (2015). Подршка развоју туризма као фактор конкурентности Србије као туристичке дестинације. *SITCON 2015*, стр. 1-8, DOI: 1015308/sitcon-2015-1-8

165. Чомић, Љ. (2002). Рурални туризам у Србији - могућности и перспективе. *Туризам*, No. 6, Нови Сад, стр. 119-121.
166. Štetić. S. & Šimičević, D. (2008). How to develop sustainable tourism in rural destinations in Serbia, *Bulletin of the Serbian Geographical Society, Tome LXXXVIII - N^o 4*, UCD 911.3:380.8 (497.11)
167. Штетић, С., Шимичевић, Д. & Ницић, М. (2009). *Менаџмент туристичке дестинације*. Српско географско друштво, Београд, ISBN 978-86-82751-30-4

ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ

1. Аеродром Константин Велики Ниш, достапно на <http://nis-airport.com/statistika/>
2. Археолошки институт Београд, достапно на <http://www.ai.ac.rs/index>
3. EASTSIDE информативни портал Неготинске крајине, Неготин - град историје и културе, достапно на <http://eastside.rs/index.php/96-kolumna/2910-negotin-grad-istorije-i-kulture>
4. Environmental Impacts of Tourism, достапно на <http://www.gdrc.org/uem/ecotour/envi/one.html>
5. Етно Србија, достапно на <http://etnosrbija.org/brand/category/okruzi/juzna-i-istocna-srbija>
6. Завод за заштиту природе Србије, достапно на http://www.zzps.rs/novo/index.php?jezik=sr&strana=zastita_prirode_o_zasticenim_podrucjima
7. Завод за проучавање културног развика - Република Србија, достапно на <http://zaprokul.org.rs>
8. Институт за територијални економски развој (InTER), достапно на <http://www.lokalnirazvoj.org>
9. Источна Србија - још увек неоткривена (2015), Регионална агенција за развој Источне Србије, достапно на <http://www.raris.org/download/publikacije/Turizam.pdf>
10. Истраживање о авантуристичком туризму у Србији, достапно на <http://explore-serbia.rs/turizam/istrazivanje-o-avanturistickom-turizmu-u-srbiji>
11. Манастир Липовац, достапно на <http://manastir-lipovac.org/galerija-manastir.html>
12. Манастир Суково, достапно на <http://manastirsukovo.eparhijaniska.rs>
13. Министарство трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије, сектор за туризам, достапно на <http://mtt.gov.rs/sektori/sektor-za-turizam/>
14. Народни музеј, достапно на <http://www.narodnimuzej.rs/o-muzeju/prostori-narodnog-muzeja/muzej-lepenski-vir/>
15. Народни музеј Врање, достапно на <http://muzejvranje.rs>

16. Народни музеј Ниш, достапно на <http://narodnimuzejnis.rs/o-muzeju/objekti/medijana/>
17. Национална агенција за регионални развој, достапно на <http://www.regionalnirazvoj.gov.rs/Lat/ShowNARRFolder.aspx?mi=85>
18. Нишка тврђава, достапно на <http://opusteno.rs/grad-nis-f90/niska-tvrđjava-t15624.html>
19. On line резервациони сервис за смештај у Србији, достапно на <http://www.visitserbia.org/srpski>
20. PanaComp, Wonderland Travel, Археолошко налазиште Медијана, достапно на <http://www.panacomp.net/arheolosko-nalaziste-medijana-mediana/>
21. Привредна комора Србије, Удружење за туризам, <http://www.pks.rs/ONama.aspx?id=252>
22. Регионална агенција за развој источне Србије, достапно на <http://www.raris.org/index.php>
23. Регионална развојна агенција Браничево - Подунавље, достапно на <http://www.rra-bp.rs/>
24. Регионална развојна агенција Југ, достапно на <http://rra-jug.rs/saobracajna%20infrastruktura/>
25. Републичка агенција за просторно планирање, достапно на <http://www.rapp.gov.rs/sr-Latn-CS/usvojeni-planovi/uid291/list/0>
26. Републички завод за заштиту споменика културе - Београд, достапно на www.heritage.gov.rs/cirilica/nepokretna_kulturna_dobra.php
27. Републички завод за статистику - Република Србија, достапно на <http://www.stat.gov.rs>
28. Смедеревска тврђава, достапно на <http://www.visitsmederevo.com/index.php/post/2/Smederevska-tvr%С4%91ava>
29. СМ Портал Конвенције о биолошкој разноврсности, достапно на <http://biodiverzitet-chm.rs>
30. Споменици културе у Србији, достапно на <http://spomenicikulture.mi.sanu.ac.rs/>
31. Тврђаве Србије: Нишка тврђава, достапно на <http://zanimljivasrbija.com/2014/07/28/tvrđave-srbije-niska-tvrđava/>
32. Tourism and Environmental Conservation, UN Environment, Resource Efficiency, достапно на <http://drustage.unep.org/resourceefficiency/tourism-and-environmental-conservation>
33. Туризам у Србији, Гамзиград, достапно на <http://turizamusbiji.rs/rimska-palata-gamzigrad/>
34. Туристичка организација општине Бојник, достапно на <http://turizam.bojnik.rs>
35. Туристичка организација Бор, достапно на <http://tobor.rs>
36. Туристичка организација Града Врања, достапно на <http://www.tovranje.rs>
37. Туристичка организација Града Врања, Манастир Прохор Пчињски, достапно на <http://www.tovranje.rs/index.php/extensions/2013-12-27-13-51-45/manastir-prohor-pcinjski>
38. Туристичка организација Града Пожаревца, достапно на http://www.turistickaorganizacijagradapozarevca.rs/sr_RS

39. Туристичка организација Града Смедерева, достапно на <http://visitsmederevo.com>
40. Туристичка организација Куршумлија, достапно на <http://tokursumlija.rs>
41. Туристичка организација Лесковац, достапно на <http://turistickaorganizacijaleskovac.rs>
42. Туристичка организација Мајданпек, достапно на <http://www.toom.rs>
43. Туристичка организација општине Медвеђа, достапно на <http://www.tomedvedja.org.rs>
44. Туристичка организација Неготин, достапно на <http://toon.org.rs>
45. Туристичка организација Ниш, достапно на <http://www.visitnis.com>
46. Туристичка организација Ниш, Тврђава, достапно на <http://www.visitnis.com/tvrldjava.html>
47. Туристичка организација Пирот, достапно на <http://www.topirot.com>
48. Туристичка организација Србије, достапно на <http://www.serbia.travel>
49. UNESCO *World Heritage Sustainable Tourism Toolkit, Guide 6: Managing the development of tourism infrastructure*, достапно на <http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/guides/guide-6-managing-development-tourism-infrastructure>
50. UNWTO *Tourism Highlights, 2016 Edition*, достапно на <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>
51. Центар за одговорни и одрживи развој туризма - CenORT, достапно на <http://www.cenort.rs/>
52. Центар за развој Јабланичког и Пчињског округа, достапно на <http://www.centarzarazvoj.org/>
53. World Tourism Organization, *Sustainable Development of Tourism*. достапно на <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
54. <http://www.visitnis.com/medijana.html>
55. <http://www.vodopadisrbije.com/index.php/site/vodopad>
56. <http://www.vranjskabanja.co.rs>
57. <http://www.djavoljavaros.com/foto-galerija.php>
58. <https://leskovacsrbija.wordpress.com/2016/07/10/medjunarodni-karneval-leskovac-2016>
59. <http://www.manifestacije.com>
60. <http://www.mapnall.com/sr>
61. <http://muzejzajecar.org/felix-romuliana>
62. <http://niskatvrldjava.com/istorija-tvrldjave>
63. <http://opusteno.rs/grad-smederevo-f97/smederevska-tvrldjava-t15307.html>
64. <http://www.panacomp.net/jerma>
65. <http://www.panoramio.com/m/photo/3469109>
66. <https://www.portalmladi.com/lipovac-i-njegove-cari>

67. <http://www.rajackepivnice.rs>
68. <https://rostilijada.rs/takmicenja>
69. <http://www.serbia.com/srpski/posetite-srbiju/kulturne-atrakcije/arheoloska-nalazista/justiniana-prima-caricin-grad>
70. <http://www.serbia.com/srpski/posetite-srbiju/prirodne-lepote/reke-i-jezera/vlasinsko-jezero-otkrijte-plutajuca-ostrva>
71. <http://www.serbia.com/srpski/rajacke-pivnice-mesto-u-kome-stanjuju-vina>
72. <http://www.serbia-visit.com>
73. <http://www.serbia-visit.com/sr/destinacije/regioni/istocna-srbija>
74. <http://www.serbia-visit.com/fr/le-magazine/the-green-heart-of-serbia-sokobanja>
75. <http://srpskoblago.rs/lepenki-vir>
76. <http://www.tvrdjavagolubackigrad.rs>
77. http://www.tt-group.net/fotogalerije/stara_planina_zavojsko/ostale/005.htm
78. <http://www.turizmologija.com>
79. <http://www.udaljenosti.com>
80. <http://www.homoljskimotivikucevo.org/sr-cir/hm-foto-album-cirilica/333-foto-albume-2016>

СПИСОК НА ТАБЕЛИ

Табела 1 Површина на регионот и број на население во регионите на Република Србија	21
Табела 2 Окрузи во регионот на Јужна и Источна Србија, нивна површина, број на население и број на жители според податоци од 2015 година	25
Табела 3 Доаѓања на туристи по окрузите на регионот на Јужна и Источна Србија во период од 2012-2015 година	31
Табела 4 Ноќевања на туристи по окрузите на регионот на Јужна и Источна Србија во периодот од 2012-2015 година	31
Табела 5 Оддалеченост на Ниш (центар на регионот) од важните емитивни центри во Србија	33
Табела 6 Оддалеченост на Ниш (центар на регионот) од важните емитивни центри во земјите од опкружувањето	33
Табела 7 Доаѓања и ноќевања на странските туристи во 2016 година според земјите од кои доаѓаат	33
Табела 8 Категории неподвижни културни добра на територија на Република Србија и регионот на Јужна и Источна Србија	58
Табела 9 Музеи во регионот на Јужна и Источна Србија, нивно седиште и година на основање	65
Табела 10 Некои од поважните манифестации по окрузите на регионот на Јужна и Источна Србија	76
Табела 11 Патишта во поедини региони на Србија категоризирани според значењето	77
Табела 12 Патишта во поедини региони на Србија категоризирани според видот на коловоз	78
Табела 13 Пруги на коридорот X во регионот на Јужна и Источна Србија	79
Табела 14 Број на патници и број на авиони на Аеродромот Константин Велики Ниш	80
Табела 15 Број на население во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија според пописот на населението во период од 1948 до 2011 година	95
Табела 16 Број на жители по окрузите во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на население од 2011 година)	95

Табела 17 Густина на населеност во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија според пописот на население во периодот од 1948 до 2011 година	96
Табела 18 Број на домаќинства во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија според пописот на населението во периодот од 1948 до 2011 година.....	97
Табела 19 Населението според староста во Република Србија и во регионот Јужна и Источна Србија (попис на население од 2011 година)	97
Табела 20 Населението според полот во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на население од 2011 година)	98
Табела 21 Население старо 10 и повеќе години според писменоста и полот во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година) ...	99
Табела 22 Население старо 15 и повеќе години според школска спрема и пол во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година) .	100
Табела 23 Население според економската активност и полот во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година)	100
Табела 24 Економски активно население кое извршува занимање, според дејноста во Република Србија и во регионот на Јужна и Источна Србија (попис на населението од 2011 година)	101
Табела 25 Вид категоризирани објекти во Република Србија, број на сместувачки единици и број на лежаи (состојба јуни 2017 година)	106
Табела 26 Вид категоризирани објекти во регионот на Јужна и Источна Србија, број на сместувачки единици и број на лежаи (состојба јуни 2017 година)	107
Табела 27 Број и вид категоризирани објекти во поедини градови и општини на регионот на Јужна и Источна Србија (состојба јуни 2017 година)	108
Табела 28 Туристички организации по окрузи во регионот на Јужна и Источна Србија	115
Табела 29 Групи и подгрупи производи на кои е насочен Акциониот план на производите од руралните активности	131
Табела 30 Учество на регионот на Јужна и Источна Србија во вкупниот број доаѓања и ноќевања на туристите во Република Србија	137
Табела 31 Доаѓања на туристи во регионот на Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015	138

Табела 32 Ноќевања на туристи во регионот Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015	139
Табела 33 Доаѓања на туристи по окрузите на регионот Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015	140
Табела 34 Ноќевања на туристи по окрузите на регионот на Јужна и Источна Србија во периодот 2005 - 2015	140
Табела 35 Доаѓања и ноќевања на туристи во Браничевскиот округ во периодот 2005 – 2015.....	141
Табела 36 Доаѓања на туристи во општините од Браничевскиот округ во периодот 2005 - 2015	142
Табела 37 Ноќевања на туристи во општините од Браничевскиот округ во периодот 2005 - 2015	143
Табела 38 Доаѓања и ноќевања на туристи во Подунавскиот округ во период 2005 – 2015.....	144
Табела 39 Доаѓања на туристи во општините од Подунавскиот округ во период 2005 - 2015	145
Табела 40 Ноќевања на туристи во општините од Подунавскиот округ во периодот 2005 - 2015	145
Табела 41 Доаѓања и ноќевања на туристи во Борскиот округ во периодот 2005 - 2015	146
Табела 42 Доаѓања на туристи во општините од Борскиот округ во периодот 2005 - 2015	147
Табела 43 Ноќевања на туристи во општините од Борскио округ во периодот 2005 - 2015	147
Табела 44 Доаѓања и ноќевања на туристи во Заечарскиот округ во периодот 2005 - 2015	148
Табела 45 Доаѓања на туристи во општините од Заечарскиот округ во периодот 2005 - 2015	148

Табела 46 Ноќевања на туристи во општините од Заечарскиот округ во периодот 2005 - 2015	149
Табела 47 Доаѓања и ноќевања на туристи во Нишавскиот округ во периодот 2005 – 2015.....	149
Табела 48 Доаѓања на туристи во општините од Нишавскиот округ во период 2005 - 2015	150
Табела 49 Ноќевања на туристи во општините од Нишавскиот округ во периодот 2005 - 2015	150
Табела 50 Доаѓања и ноќевања на туристи во Пиротскиот округ во периодот 2005 – 2015.....	151
Табела 51 Доаѓања на туристи во општините од Пиротскиот округ во период 2005 - 2015	152
Табела 52 Ноќевања на туристи во општините од Пиротскиот округ во период 2005 - 2015	152
Табела 53 Доаѓања и ноќевања на туристи во Топличкиот округ во периодот 2005 – 2015.....	153
Табела 54 Доаѓања на туристи во општините на Топличкиот округ во периодот 2005 - 2015	153
Табела 55 Ноќевања на туристи во општините од Топличкиот округ во периодот 2005 - 2015	154
Табела 56 Доаѓања и ноќевања на туристи во Јабланичкиот округ во периодот 2005 - 2015	154
Табела 57 Доаѓања на туристи во општините од Јабланичкиот округ во периодот 2005 - 2015	155
Табела 58 Ноќевања на туристи во општините од Јабланичкиот округ во периодот 2005 - 2015	155

Табела 59 Доаѓања и ноќевања на туристи во Пчињскиот округ во периодот 2005 – 2015.....	156
Табела 60 Доаѓања на туристи во општините од Пчињскиот округ во период 2005 - 2015	156
Табела 61 Ноќевања на туристи во општините од Пчињскиот округ во период 2005 - 2015	157
Табела 62 Истражувања за влијанието на туризмот на ставовите на локалното население (каде директно или индиректно е користена <i>TIAS</i> скала)	168
Табела 63 Структура на испитаници според полот (фреквенции и проценти)	173
Табела 64 Структура на испитаници според години на старост (фреквенции и проценти)...	174
Табела 65 Структура на испитаници според степенот на образование (фреквенции и проценти)	175
Табела 66 Структура на испитаници според работниот статус (фреквенции и проценти) ...	175
Табела 67 Структура на испитаници според просечните месечни примања (фреквенции и проценти)	176
Табела 68 Структура на испитаници според место на престојување (фреквенции и проценти)	176
Табела 69 Структура на испитаници според показатели на <i>TIAS</i> скала - независни варијабли (фреквенции и проценти)	177
Табела 70 Структура на испитаници според показатели на <i>TIAS</i> скала - зависни варијабли (фреквенции и проценти)	182
Табела 71 Дескриптивна структура на испитаници според зависните варијабли на <i>TIAS</i> скала (аритметичка средина, стандардна девијација, медијана, модус)	186
Табела 72 Дескриптивна структура на испитаници според зависните варијабли на <i>TIAS</i> скала (аритметичка средина, стандардна девијација, медијана, модус)	187
Табела 73 Дескриптивна структура на испитаници според зависните варијабли на <i>TIAS</i> скала (аритметичка средина, стандардна девијација, медијана, модус)	187

Табела 74 Структура на испитаници според полот и степенот на сложување со констатацијата за расположивост на ресурсите за атрактивност на туристичката дестинација	188
Табела 75 Структура на испитаници според години на старост и степен на сложување со констатацијата за поттикнување на развојот на туризмот	189
Табела 76 Резултати на Т-тестот во однос на полот на испитаниците	190
Табела 77 Анализа на варијансата ANOVA во однос на старосната доба на испитаниците	192
Табела 78 Анализа на варијансата ANOVA во однос на степенот на образование на испитаниците	194
Табела 79 Анализа на варијансата ANOVA во однос на работниот статус на испитаниците.....	196
Табела 80 Анализа на варијансата ANOVA во однос на просечните месечни примања на испитаниците.....	198

СПИСОК НА ГРАФИКОНИ И КАРТИ

График 1 Структура на испитаници според години на старост (изразена во %)	174
Карта 1 Карта на региони во Србија	22
Карта 2 Карта на регионот Јужна и Источна Србија	23

СПИСОК НА СЛИКИ

Слика 1 Стара планина	45
Слика 2 Ѓердапска клисура	46
Слика 3 Кањон на реката Јерма	47
Слика 4 Рајкова пештера	47
Слика 5 Ѓавоља Варош	48
Слика 6 Сокобања	50
Слика 7 Власинско Езеро	51

Слика 8 Крупајско врело	52
Слика 9 Водопад Тупавица	52
Слика 10 Манастир Манасија	60
Слика 11 Манастир Раваница	61
Слика 12 Манастир Свети Прохор Пчињски	61
Слика 13 Голубачка тврдина	62
Слика 14 Смедеревска тврдина	63
Слика 15 Нишка тврдина	64
Слика 16 Археолошко наоѓалиште Феликс Ромулијана	66
Слика 17 Лепенски вир	67
Слика 18 Археолошко наоѓалиште Царичин Град	68
Слика 19 Археолошко наоѓалиште Медијана	68
Слика 20 Споменик на Чегар	69
Слика 21 Споменик Три тупаници во рамките на Спомен паркот Бубањ	70
Слика 22 Рајачки пивници (пимници)	71
Слика 23 Куќата на Бора Станковиќа во Врање	72
Слика 24 Родната куќа на Стеван Мокрањац	72
Слика 25 Хомолски мотиви во Кучево	73
Слика 26 Лесковачки карневал	74
Слика 27 Лесковачка Роштилијада	75
Слика 28 Клучни елементи во процесот на креирање на производи	91
Слика 29 Фази на создавање програма за промотивни активности	112
Слика 30 Фази на процесот за интегрално планирање	164

ПРИЛОЗИ

Прилог 1.

СТАНДАРДИЗИРАН АНКЕТЕН ПРАШАЛНИК (TIAS СКАЛА)

<p>Почитувани,</p> <p>оваа анкета претставува дел од истражување на тема „Можности за развој на селективни видови туризмот во Јужна и Источна Србија“, во рамките на докторската дисертација на Факултетот за туризам и угостителство - Охрид, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола.</p> <p>Анкетата е анонимна, а резултатите од ова истражување ќе бидат користени исклучиво во научни цели.</p>						
1. ДЕЛ: СОЦИО – ДЕМОГРАФСКИ ПОКАЗАТЕЛИ						
<p>1. Пол: а) машки; б) женски</p> <p>2. Место на живеење: _____</p> <p>3. Години на старост: а) 15 – 24; б) 25 – 34; в) 35 – 44; г) 45 – 54; д) 55 – 64; е) 65 и повеќе</p> <p>4. Завршен степен на образование: а) основно училиште; б) средно училиште; в) виша / висока школа; г) факултет; д) магистерски / мастер студии; е) докторски студии.</p> <p>5. Работен статус: а) ученик / студент; б) во стален работен однос; в) во привремен работен однос; г) во пензија; д) невработен.</p> <p>6. Ваши просечни месечни примања (изразени во евра): а) помалку од 200€; б) 201 - 500€; в) 501 - 1000€; г) повеќе од 1001€.</p>						
2. ДЕЛ: НЕЗАВИСНИ ВАРИЈАБЛИ						
<p>Заокружете го бројот кој одговара на понудениот одговор.</p> <p>1) апсолутно не се сложувам; 2) делумно не се сложувам; 3) немам став; 4) делумно се сложувам; 5) целосно се сложувам.</p>						
1.	Дејноста со која се занимавам е сродна на туризмот.	1	2	3	4	5
2.	Во можност сум да влијаам на донесување одлуки за развој на туризмот во своето место.	1	2	3	4	5
3.	Член сум на локално здружение / организација.	1	2	3	4	5
4.	Познати ми се главните стопански гранки во локалната средина.	1	2	3	4	5
5.	Живеам во овој крај.	1	2	3	4	5
6.	Поради туристичкиот развој, намалени ми се можностите да се занимавам со рекреација на отворено.	1	2	3	4	5
7.	Имам впечаток дека заедницата во моето место бројчано се зголемува.	1	2	3	4	5
8.	Живеам близу до градот.	1	2	3	4	5
9.	Слободното време го поминувам во активности / работи на отворено.	1	2	3	4	5

10.	Разговарам со посетителите за своето место.	1	2	3	4	5
11.	Оформив пријателства со посетителите.	1	2	3	4	5
12.	Посетувам други туристички дестинации.	1	2	3	4	5
3. ДЕЛ: ЗАВИСНИ ВАРИЈАБЛИ						
Заокружете број кој одговара на понудениот одговор.						
1) апсолутно не се сложувам; 2) делумно не се сложувам; 3) немам став; 4) делумно се сложувам; 5) целосно се сложувам.						
1.	Во моето место треба активно да се поттикнува развојот на туризмот.	1	2	3	4	5
2.	Се противам на изградба на туристички објекти кои ќе привлечат голем број посетители во мојата општина.	1	2	3	4	5
3.	Регионот, како приоритет, би требало плански да го развива туризмот.	1	2	3	4	5
4.	Општината не би требало да иницира привлекување голем број посетители.	1	2	3	4	5
5.	Заедницата би требало да поттикне поинтензивна изградба на туристичките објекти.	1	2	3	4	5
6.	Туризмот игра важна улога во стопанството на заедницата.	1	2	3	4	5
7.	Општинската власт е во право доколку го поддржува развојот на туризмот.	1	2	3	4	5
8.	Мојата општина има ресурси да стане атрактивна туристичка дестинација.	1	2	3	4	5
9.	Туризмот има негативно влијание на чување на животната средина.	1	2	3	4	5
10.	Бучавата од постоечките туристички активности има негативно влијание на животот во мојата општина.	1	2	3	4	5
11.	Во мојата општина се зголемила количината смет поради поголем број посетители.	1	2	3	4	5
12.	Посетителите имаат позитивно влијание на мојата општина.	1	2	3	4	5
13.	Туризмот ја намалува можност за рекреација на отворено во мојата општина.	1	2	3	4	5
14.	Туризмот влијаел на зголемување на стапките на криминал во мојата општина.	1	2	3	4	5
15.	Придобивките од туризмот ги надминуваат негативните влијанија.	1	2	3	4	5
16.	Туризмот треба да стане главна стопанска гранка во мојата општина.	1	2	3	4	5
17.	Долгорочното планирање на општинските власти би можело да го контролира влијанието (притисок) на туризмот на животната средина.	1	2	3	4	5
18.	Развојот на туризмот во мојата општина ќе даде повеќе можности за вработување на локалното население.	1	2	3	4	5
19.	Мојата општина има подобри патишта и тротоари благодарение на развојот на туризмот.	1	2	3	4	5
20.	Квалитетот на јавните услуги (здравство, чистота, снабдување со вода, заштита од пожари...) во мојата општина е подобрен благодарение на развојот на туризмот.	1	2	3	4	5
21.	Имам повеќе пари благодарение на туризмот.	1	2	3	4	5
22.	Туризмот има влијание на зголемување на мојот животен стандард.	1	2	3	4	5

23.	Имам повеќе можности за рекреација (нови спортски терени, игралишта за деца, базени...) откако се разви туризмот во мојата општина.	1	2	3	4	5
24.	Работите кои ги обезбедува туризмот се многу атрактивни.	1	2	3	4	5
25.	Во мојата општина е зголемен бројот на продавници како резултат на развојот на туризмот.	1	2	3	4	5
26.	Туризмот значајно ги зголемува приходите на општината.	1	2	3	4	5
27.	Туризмот во иднина ќе има водечка улога во мојата општина.	1	2	3	4	5
<p>Анкетниот прашалник кој го пополните претставува стандардизирана и научно верифицирана TIAS скала која служи за мерење на влијанието на развојот на туризмот на ставовите на локалното население, со оригинални прашања, модифицирани и преведени (Петровиќ, М. 2014. Квалитет агротуризма Војводине и негов утицај на ставове локалног становништва - Докторска дисертација, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, според (Lankford, V. Samuel and Howard , R. Dennis, 1994a. Developing a tourism impact attitude scale. Annals of Tourism Research 21: 121-139)</p>						
БЛАГОДАРАМ ЗА СОРАБОТКАТА!						

БИОГРАФИЈА



Драгана Н. Илиќ, родена е на 07.07.1988 година во Лесковац. Основно и средно Техничко училиште завршила во Власотинце, на образовниот профил Економија, право и администрација, после што добива звање **економски техничар**.

Основни студии на Економскиот факултет (Универзитет во Ниш) запишала во наставната 2007/08 година, на студиска програма Деловно управување, модул Менаџмент во туризмот. Дипломирала во октомври 2011 година, бранејќи дипломски труд на тема „Бањскиот туризам на Србија - карактеристики и перспективи на развој“, со оценка 10 и добила звање **дипломиран економист**.

Мастер академски студии на Економскиот факултет (Универзитет во Ниш) запишала во наставната 2012/13 година, на студиска програма Економија, модул Менаџмент во туризмот. Мастер студиите ги завршила во јули 2014 година, со одбрана на мастер трудот на тема „Можности и перспективи на одржливиот развој на бањскиот туризам на Србија“, со оценка 10 и добила звање **мастер економист**.

Докторски академски студии запишала во наставната 2014/15 година на Факултетот за туризам и угостителство во Охрид (Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола), Македонија, на студиска програма Туризам.

На Високата деловна школа за струковни студии во Лесковац, работела како **соработник во настава** од наставната 2012/13 година, на предмети од областа на туризмот. Од ноември 2014 година работи како **асистент** на Високата деловна школа за струковни студии во Лесковац, на предметите од областа на туризмот.

Објавила повеќе трудови од областа на туризмот и економијата во часописи и тематски зборници. Посетувала повеќе обуки од областа на туризмот и била соработник на проектот: TEMPUS 544543 (MHTSPS) - „MODERNIZATION AND HARMONIZATION OF TOURISM STUDY PROGRAMMES IN SERBIA“ во периодот од 01.12.2013 до 30.11.2016.