

---

**IMPACT OF SPORT LEISURE ACTIVITIES ON LOCAL COMMUNITY:  
RESIDENT'S PERCEPTION IN THE CASE OF MOUNTAIN RESORT POPOVA  
SHAPKA**

**Liza Pantekovska**

Faculty for sports management, AUE FON University, Macedonia, liza.pantekovska@fon.edu.mk

**Nebojsa Arsic**

Elementary School „Bratstvo - Migjeni – Tetovo, N. Macedonia, n.arsic@live.com

**Abstract:** The mountain as a destination, especially in the Macedonian tourism, is still perceived and managed as a predominantly one-season or winter tourist destination. Popova Shapka is mountain resort which is perceived as an exclusively sports winter resort located in the northwestern part of Macedonia. This one-season character with increasingly uncertain periods of snow activity calls into question its character. Therefore, it is necessary to expand the program of products in the field of sports leisure for all seasons. This program expansion is conditioned by the support of the resident population. Therefore, with this paper we tried to assess their perception of new products and services in the field of sports leisure and their impact on the local community. A questionnaire was distributed to a sample of 90 respondents. The questionnaire was structured in two sets of questions: socio-demographic characteristics and expressed views on economic and socio-cultural impact, as well as environmental impact of the local community with the introduction of new sports products and services. All were rated on the Likert scale. Statistical processing of data, through the application of measures of central tendency and distribution as well as factor analysis, showed that residents clearly and unequivocally see the resort as a potential for local regeneration: socio-cultural, economic, and environmental. New investments, innovations, and engagement of highly skilled human resources through new sports leisure products on the mountain can do that. In addition, they accurately locate the segments for possible regeneration in this way by strengthening the local culture, expanding the network of authentic gastronomic facilities, new jobs, increasing the habits of regular physical activity, strengthening the network of sports facilities and sustainable environment. The findings thus confirm what the analysis of the literature review that the benefits of sports leisure as an integral part of tourism are perceived as multiple for the local community. And the support for program reorganization in this case is more than visible.

**Keywords:** impact, sport leisure, mountain resort, local community, Popova Shapka

**ЕФЕКТИТЕ ОД СПОРТСКАТА АНИМАЦИЈА НА ПЛАНИНА ВРЗ ЛОКАЛНАТА  
ЗАЕДНИЦА: ПЕРЦЕПЦИЈА НА РЕЗИДЕНТНОТО НАСЕЛЕНИЕ ВО СЛУЧАЈОТ  
НА ПОПОВА ШАПКА**

**Лиза Пантековска**

Факултет за спортски менаџмент, АУЕ ФОН Универзитет, С. Македонија

liza.pantekovska@fon.edu.mk

**Небојша Арсиќ**

ООУ „Братство - Миџени” – Тетово, С. Македонија, n.arsic@live.com

**Резиме:** Планината како дестинација, посебно во македонскиот туризам, сеуште се перцепира и управува како доминантно едносезонска, односно зимска туристичка дестинација. Попова Шапка претставува дестинациско планинско одморалиште кои се оценува како исклучиво зимско – рекреативно, лоцирано во северозападниот дел на Македонија. Ваквиот едносезонски карактер со сè понеизвесните периоди на снежна активност го доведува во прашање карактерот на Попова Шапка. Оттаму, како нужност се наметнува проширување на програмата на производи и тоа во доменот на спортската анимација за повеќе сезони. Ваквото програмско проширување е условено и од поддршката на резидентното население. Од тие причини, со трудот настојувавме да ја оцениме нивната перцепција кон нови производи и услуги во доменот на спортската анимација и нивното влијание врз локалната заедница. На примерок од 90 испитаници беше дистрибуиран анкетен прашалник структуриран во два сета на прашања: првиот сет од социодемографски карактеристики и вториот сет на изразени ставови за економско и социокултурно влијание, како и влијание врз животната средина на локалната заедница со воведувањето на нови спортски производи и услуги. Овој сет беше оценет по Ликертовата скала. Статистичката обработка на податоците, преку примена на мерките

на централна тенденција и дистрибуција и факторска анализа, покажа дека резидентите јасно и недвосмислено го гледаат центарот како потенцијал за локална регенерација: социокултурна, економска и еколошка. Нови инвестиции, иновации и ангажман на високо стручни човечки ресурси преку нови спортско анимативни производи на планина можат да го направат тоа. Дополнително, тие точно ги лоцираат сегментите за можна регенерација на овој начин и тоа преку јакнење на локалната култура, проширување на мрежата на автентични гастрономски објекти, нови работни места, пораст на навиките за редовна физичка активност, јакнење на мрежа на спортски објекти и одржлива животна средина. Вака добиените сознанија само го потврдуваат она што анализата на литературата го екстрахира дека користа од спортската анимација како интегрален дел на спортскиот туризам се перцепира како повеќекратна по локалната заедница. А, поддршката за програмска реорганизираност во случајов е повеќе од видлива.

**Клучни зборови:** ефекти, спортска анимација, планинско одморалиште, локална заедница, Попова Шапка.

## 1. ВОВЕД

Спортската анимација како составен дел на современата туристичка понуда претставува динамичен процес кој одговара на потребата на човекот за физичка активност. Квантитавната евалуација на просечната физичка активност укажува на национални разлики што може да влијае на бројот и типот на програмските содржини на спортската анимација во зависност од демографската структура на традиционалните туристи за дестинацијата која се јавува како понудувач на услугата. Но, од друга страна во својата основа спортската анимација е и процес на поттикнување за активна партиципација во програмски содржини (Несторовска, 2011; Đorđević, 2017), дури и за оние кои претходно тие содржини не ги чувствувале за блиски. Тоа подразбира дека програмирањето треба да го базираме на расположливите ресурси на дестинацијата овозможувајќи на тој начин хетерогеност на структурата која дестинацијата треба да ја позиционира како целосезонска. Ова посебно се однесува на планината како дестинација, посебно во македонскиот туризам, ако се земе предвид дека таа сеуште се перцепира и управува како доминантно едносезонска односно зимска туристичка дестинација. Податоците говорат дека планинските области по крајбрежјата и островите, се најпопуларни туристички дестинации кои генерираат 15 % до 20% од годишниот глобален туризам (United Nation Environment Programme, 2007). Според Маринов и Николова (2008) „човекот во својот многувекоевен период на своето постоење е во постојан контакт и взаемно дејство со природата. Првенствено како приспособување кон карактеристиките на опкружувањето и користење на природните ресурси за да преживее, за подоцна да следат активности кои се поврзани со воспоставување на сè поголема економска корист од природата“. Оттаму, како атрактивни потенцијали на планината за туристите претставуваат климата, чистиот воздух, уникатните пејзажи и дивниот свет, локалната историја и култура, снежната покривка и сите активности поврзани со нив (United Nation Environment Programme, 2007). Овие потенцијали како фактори на влијание се разликуваат по своето физиолошко влијание врз човечкиот организам што наметнува внимателен пристап на дозирање на оптоварувањето и степенот на нивна изложеност во насока на значајно благопријатно влијание. Затоа, планината и содржините на планина се посебно сегментирани во спортската анимација како од аспект на безбедност на понуда на услугите така и од посебноста на корисниците на услугата. Активностите кои една планинска дестинација може да ги понуди се систематизирани во четири поголеми категории: *планинарење*, од рекреативно до екстремно, *адреналински активности на копно* како велосипедизам, планински велосипедизам, јавање коњи, качување на карпи, тандем параглајдинг, *рекреативни активности во вода* како кајак речни тури, рафтинг, едрење, риболов и *спортско – рекреативни активности на снег* како алпско скијање, крос – кантри, санкање, боб итн. (United Nation Environment Programme, 2007).

Понудата на дополнителните содржини на спортската анимација во комплетниот туристички производ ја популаризира дестинацијата, овозможува надминување на сезонскиот карактер и продуцира интензивирање на туристичкиот промет. Тоа значи од друга страна бројни влијанија по локалната заедница кои литературата ги анализира во три поголеми категории на *социокултурни, економски и влијанија на животната средина*.

Спортската анимација како потсистем на туризмот дејствува интегрирано па проектираните влијанија можат да се идентификуваат како влијанија кои се регистрираат за туризмот глобално. Во оваа насока се забележуваат промени на индивидуални и колективни системи на вредности, промена на општествената заедница, стилот и квалитетот на живот, односот кон семејството и основните општествени вредности (Milićević&Trišić, 2018). Вивр (Weaver) и Летон (Lawton) (2014) нагласуваат дека придобивките од развојот на туризмот, аналогно на тоа и спортската анимација, се регистрираат и преку зголемување на средствата за зачувување и ревитализација на културните добра, подобрување на условите за работа на културните институции, заживување на традицијата, демократизација на културата, подобрување на непосредната

инфраструктура и други посакувани социјални промени. Дополнително во оваа насока на *социокултурна* ревитализација се посочуваат позитивните влијанија кон јазикот, религијата, народната уметност, обичаите и домицилната популација и тоа како предуслов кон зачувување на традицијата, почит кон различностите, географска дистрибуција на обичаите, заживување на автохтоните занаети и депопулација на локалната заедница ( Milićević&Trišić, 2018). Кон ова треба да се апострофира здравствената, едукативната и социјалната функцијата на спортските содржини преку зачувување на здравјето, пораст на образовното ниво и надминување на социокултурните разлики помеѓу учесниците во активноста (Hasanović, 2018).

*Економските влијанија* се многубројни. Како што нагласуваат Миличевик (Milićević) и Тришиќ (Trišić) (2018) „најзначајни се влијанијата врз социјалниот производ и националниот приход, влијанието врз платниот биланс на земјата, влијанието врз неразвиените сектори на економијата и областите, а подеднакво важно е и одвојувањето на влијанието врз вработеноста на населението односно влијанието врз човечките ресурси“. Не помалку значајни се индиректните влијанија како мотив за избор на дестинацијата, публицитет и меѓународно влијание, продолжување на туристичката сезона, јакнење на административните капацитети за спортот, зголемување на вонпасионската потрошувачка итн. (Bartoluci, 2007; Cooper&Hall, 2008; Rodrigues, 2014)

Промените кои се случуваат последните децении се повеќе ја наметнуваат потребата од одржлив туризам. Континуираната девастација на дестинациите и нивна само економска експлоатација наметнува фокус на негативните ефекти кои спортско – туристичките активности ги имаат врз *животната средина*. Ова посебно се однесува на планинските предели кои се крехки и подложни на деградација. Негативните влијанија врз животната средина од лошо управувани туристички активности може да вклучуваат изумирање на вегетацијата и ерозија на почвата, промена на критичните предели и протоците на вода, загадување на водата и воздухот и преместување на дивиот свет или промени во неговото однесување (Harley, V. and Associates inc., 2006). Меѓутоа, се регистрираат и позитивни влијанија, иако помалку бројни, од кои дел ги наведува Несторовска (2005) и тоа во следните сегменти: биолошка заштита, креирање нови или заштита на постојните паркови и природни резервати, развој на јавни простори, подобро ниво на развој, подобро регулирање на отпадот и зголемена грижа за животната средина.

Во зависност од тоа на кого планинските одморалишта му служат, каков е нивниот инфраструктурен и супраструктурен капацитет и туристичка активност тие се класифицирани на: планински одморалишта на заедницата, регионални планински одморалишта и дестинациски планински одморалишта ( Harley, V. and Associates inc., 2006).

Согласно карактеристиките на наведената класификација, Попова Шапка претставува дестинациско планинско одморалиште чиј капацитет на првенствено природно ресурсен потенцијал ја надминува постојната понуда. Попова Шапка се оценува како исклучиво зимско – рекреативен центар лоциран во северозападниот дел на Македонија одалечен 18 км од Тетово, 39 км од Гостивар и 55 км од Скопје каде е лоциран и меѓународен патнички аеродром. Ваквиот едносезонски карактер со сè понеизвесните периоди на снежна активност го доведува во прашање карактерот на Попова Шапка. Оттаму, како нужност се наметнува проширување на програмата на производи и тоа во доменот на спортската анимација за повеќе сезони. Ваквото програмско проширување е условено и од поддршката на резидентното население зошто спортско туристичкиот производ е мултисекторски и во неговото формирање учествуваат речиси сите. Од тие причини, **со трудот настојувавме да ја оцениме перцепцијата на резидентите кон нови производи и услуги во доменот на спортската анимација и нивното влијание врз локалната заедница. Според тоа се наметнаа две доминантни истражувачки прашања:**

- **Каква е централната тенденција и дистрибуција на перцепираните влијанија на новите производи и услуги**
- **Каква е латентната структура на перцепираните влијанија на новите производи и услуги и кои од нив се факторски најважни.**

## 2. МАТЕРИЈАЛИ И МЕТОДИ

На примерок од 90 испитаници беше дистрибуиран анкетен прашалник. Структурата на испитаниците е хетерогена, а примерокот квотен. Анкетирани се жители на Тетово, вработени во туристичкиот сектор, спортскиот сектор, како и други сектори. Беше оценета и нивната неделна физичка активност. Инклузивноста во физички активности го прави примерокот репрезентативен по однос на истражувачкиот предмет. Процентот на комплетно евалуиран прашалници е 100%.

Структурата на варијаблите е дефинирана од структурата на анкетниот прашалник кој е составен од два сета на прашања:

**Првиот сет** се прашања кои се однесуваат на социодемографски карактеристики. **Вториот сет** се ставови кои во согласност со степенот на лична важност и се оценуваат по Ликертова скала од 1 (еден) до 5 (пет), при што оценката 5 (пет) ја изразува највисоката важност, а оценката 1 (еден) најниската важност. Во рамките на овој сет ставовите и вредности се поврзани со социокултурни влијанија, економските влијанија и со влијанијата врз животната средина кои новите производи и услуги од спортската анимација на Попова Шапка би ги имале врз локалната заедница<sup>4</sup>.

За обработката на податоците од анкетните прашалници по утврдување на нивната потполност, кодирање и подоцнежното табеларно претставување, се користеше статистичкиот метод и тоа: перцентилна дистрибуција за социодемографската структура на примерокот, мерки за централна тенденција и дисперзија, како и факторска структура за сетот на ставовите и вредностите. Дополнително, за ваквите анализи беше користен софтверскиот статистичкиот пакет Statistica 12.

Анкетниот прашалник беше дистрибуиран комбинирано по електронски пат и со непосредно анкетање спроведено од авторите на трудот, во периодот јуни – септември, 2020 година. Оттаму, согласно начинот на кој е дистрибуирана анкетата одговорите се приложувани електронски или кон анкетарите. Ваквата организација беше наметната согласно периодот на изработка на трудот и глобалните пандемиски услови предизвикани од ковид 19 вирусот.

### 3. РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЈА

На **табелата 1**, се прикажани основните дескриптивни показатели на ставовите и вредностите на испитаниците поврзани со влијанијата на постојните и нови производи и услуги врз локалната заедница. Како што може да се забележи од резултатите на табелата, секое тврдење има средна оценка поголема од 3. Во сегментот на социокултурните влијанија, испитаниците најголемо согласување искажуваат со тврдењето дека развојот на спортско-анимациски содржини води кон **ширење на мрежата на угостителските објекти**, потоа втора по висина средна оценка има тврдењето дека **спортската анимација ќе придонесе кон зголемувањето на локалната свест и препознавање на локалната култура и наследство**. Воопшто не изненадува таквото размислување бидејќи очигледна е неопходноста за искористување на потенцијалите на Попова Шапка и позитивното влијание на социокултурните вредности. До слични сознанија по однос на превенција и заштита на локалната култура дошле и Петреска со соработниците (Petreska, Mihalić, Andreški) (2020), односно Naidoo & Ramseook-Munhurrin, (2011). Дополнително во истиот труд Петреска и соработниците (2020) констатираат дека локалното население го перцепира и негативното социокултурно влијание на туризмот најмногу преку неконтролираната урбанизација, што како тврдење не беше евалуирано во овој труд.

Кога станува збор за економските влијанија, испитаниците главен акцент ставаат на тврдењето дека **бројот на работни места во заедницата ќе се зголеми** како резултат на зголемената понуда на спортско - анимативни содржини на планина како и тоа дека развојот на новите спортско - анимациски содржини на планина **води кон високо ниво на инвестиции, развој и трошоци за инфраструктурата**. Ваквата констатација се наоѓа и во истражувањето на Дакал (Dhakal, 2017), дека туризмот влијае врз инвестициите во различни сектори и дека туризмот креира работни места. Од друга страна, пак ваквите сознанија се спротивни на оние посочени во истражувањето на Huong & Hee Lee – Ju (2017) дека локалното население не почувствувало личен економски ефект од туристичкиот развој, но пак е исто со перцепираниот, односно претпоставен став дека туристичкиот развој ќе придонесе кон повисоки плати и пораст на глобалниот животен стандард. Секако ваквото размислување кај нашиот истражувачки примерок е очекувано бидејќи населението секогаш ги препознава инвестициите кои носат бенефит врз целокупноста економија, а Попова Шапка како анимациски центар тоа го овозможува.

Последната компонента од овој дел на прашалникот се однесува на ставовите поврзани со влијанието врз животната средина. И тука се гледаат високи средни оценки, а највисокото е поврзано со тврдењето дека новите спортско – анимациски содржини мора да ја подобрат животната средина за идните генерации, потоа **постооењето можност за подобрување на патиштата и другите јавни услуги како и задоволството на локалната заедница од рекреативни и спортски објекти кои ќе биде во пораст**. Очекувани се и резултатите од ваквите размислувања на испитаниците со оглед на тоа дека секој новитет мора да кореспондира со квалитетот на самата животна средина, нешто што го детектираат Arlwajfah, Garcia, Cortes

<sup>4</sup> Овој сет на прашања е адаптиран по Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P. (2011). Residents' attitudes toward perceived tourism benefits. International journal of management and marketing research, University of Technology, Mauritius. pp. 45-51

(2019) како свесност на повозрасните испитаници за позитивното влијание на туризмот врз животната средина.

**Табела 1. Основни дескриптивни статистички показатели на ставовите и вредностите на испитаниците поврзани со влијанијата на постојните и новите производи и услуги**

Ставови и вредности	Дескриптивни параметри					
Важноста на ставови поврзани со социокултурни влијанија	X	min	max	Sd	Sk	Kurt
Спортската анимација на планина поттикнува различни културни активности од страна на локалното население, на пр. занаети, уметност, музика	3,2	1	5	1.39	-0.39	-1.04
Постои разбирање за различни луѓе и култури од страна на жителите	3,17	1	5	1.17	-0.13	-0.76
Спортската анимација на планина ќе ја зголеми локалната свест и препознавањето на локалната култура и наследството	4,12	1	5	1.05	-0.86	-0.30
Спортско - анимациски содржини на планина ќе обезбедат можности за обнова и заштита на историските структури	3,85	1	5	1.10	-0.88	0.05
Постои промена во животниот стил што се јавува заради развојот на спортско анимациски содржини на планина	3,97	1	5	1.06	-0.88	0.28
Постојат голем број на забавни објекти во доменот на спортот	3,17	1	5	1.45	-0.13	-1.30
Развојот на спортско анимациски содржини води кон ширење на мрежата на угостителски објекти	4,2	1	5	0.99	-1.21	1.10
Важноста на ставови поврзани со економските влијанија	X	min	max	Sd	Sk	Kurt
Бројот на работни места во заедницата ќе се зголеми како резултат на зголемената понуда на спортско - анимативни содржини на планина	4,3	1	5	0.91	-1.59	2.83
Личниот приход на локалните жители ќе се зголеми како резултат на зголемената понуда на спортско - анимативни содржини на планина	4,2	1	5	0.89	-0.92	0.63
Стандардот на живеење на домаќинствата ќе се зголеми заради зголемената понуда на спортско - анимативни содржини (туристички развој)	3,9	1	5	0.96	-0.77	0.44
Новите спортско – анимациски содржини генерира значителни даночни приходи во домашната економија	3,9	1	5	1.03	-1.06	0.85
Развојот на новите спортско - анимациски содржини на планина води кон високо ниво на инвестиции, развој и трошоци за инфраструктурата	4,18	1	5	0.87	-1.00	0.96
Развојот на новите спортско - анимациски содржини го подобрува квалитетот на локалните услуги	3,94	1	5	1.02	-0.83	0.17
Новите спортско – анимациски содржини создава нови пазари за локалните производи	3,88	1	5	0.99	-0.76	0.22
Важноста на ставови поврзани со влијанијата врз животната средина	X	min	max	Sd	Sk	Kurt
Квалитетот на природното опкружување е повисок заради развојот на нови спортско - анимативните содржини на планина	3,84	1	5	1.05	-0.62	-0.31
Постои можност за подобрување на патиштата и другите јавни услуги	4,1	1	5	1.04	-1.20	0.75
Задоволството на локалната заедница од рекреативни и спортски објекти ќе биде во пораст	4,1	1	5	0.98	-1.05	0.50
Ќе се унапреди градското планирање	3,65	1	5	1.21	-0.74	-0.16
Нивото на урбанизација ќе се зголеми како резултат на развојот на нови спортско – анимациски содржини на планина	3,88	1	5	1.19	-1.06	0.36

Ако ги разгледаме сите компоненти сумативно, ќе заклучиме дека ваквиот пристап и размислување водат несомнено кон недвојбена позиција на населението кога е во прашање Попова Шапка и нејзино рекомпонирање. Тоа значи ставање на Попова Шапка во функција на побарувањата и желбите на граѓаните и туристите како и овозможување на развој на социокултурен и економски план, а исто така и на подобрување на животната средина. Анализата на стандардната девијација ( $S_d$ ) посочува висока концентрација околу аритметичката средина кај резултатите на речиси сите варијабли, што асоцира на сличен став кај најголемиот број испитаници по секое можно влијание на нови производи и услуги на спортската анимација на планина.

Дистрибутивноста како фактор за понатамошни мултиваријантни статистички обработки покажува нормалност на дистрибуцијата кај поголемиот дел од варијаблите. Мерките на скјунисот ( $Sk \pm 1$ ) го потврдува претходно кажаното, дека поголемиот број на варијабли се нормално дистрибуирани или умерено асиметрични. Асиметричност со негативен предзнак покажуваат варијаблите **бројот на работни места во заедницата ќе се зголеми како резултат на зголемената понуда на спортско - анимативни содржини на планина** ( $Sk = - 1.59$ ) и **новите спортско – анимациски содржини мора да ја подобри животната средина за идните генерации** ( $Sk = - 1.62$ ), што значи дека поголемиот дел од резултатите по наведените варијабли се во зона на натпросечни резултати односно испитаниците се многу до целосно согласни за така дефинираните варијабли. Од друга страна, вредностите на куртозисот укажува на нормокуртичност само кај варојаблата **новите спортско – анимациски содржини мора да ја подобри животната средина за идните генерации** ( $Kurt = 2.96$ ), додека кај сите останати вредности е помала од 3 што укажува на платикуртична дистрибуција на резултатите, односно широка дисперзивност на одговорите по однос на нивната аритметичка средина.

Од прегледот на **табелата 2**, на која според Хотелинговата метода е прикажана факторската матрица на варијаблите на перцепираните влијанија врз локалната заедница (FACMAT), комуналитетите ( $h^2$ ), значајните карактеристични корени (LAMBDA), процентот на објаснета варијанса (TARG%) и ортогоналната (VARIMAX) ротација, се забележува дека применетиот систем на варијабли формира три значајни главни компоненти кои процентот на вкупната варијанса го објаснуваат со 66.84%. Најголемо парцијално учество има првата главна компонента, која од вкупниот варијабилитет објаснува 54.59%.

Од истата со преглед на неротираната факторска матрица (FACMAT), се забележува дека првата главна компонента ја формираат речиси сите варијабли со значајни сатурации од .48 до .83 со што истата може да се дефинира како **генерален фактор на позитивни социокултурни придобивки, економски придобивки и придобивки врз животната средина**. Кон задоволувањето на принципот на парсимонија, со дополнителна ротација на ортогонални проекции на матрицата (VARIMAX) добиена е значително почиста структура на анализираниот простор изолирајќи повторно три латентни димензии. Значајни сатурации од .62 до .85 кон првиот фактор задржаа варијаблите: **бројот на работни места во заедницата ќе се зголеми како резултат на зголемената понуда на спортско - анимативни содржини на планина**, **личниот приход на локалните жители ќе се зголеми како резултат на зголемената понуда на спортско - анимативни содржини на планина**, **стандардот на живеење на домаќинствата ќе се зголеми заради зголемената понуда на спортско - анимативни содржини (туристички развој)**, **новите спортско – анимациски содржини генерира значителни даночни приходи во домашната економија**, **развојот на новите спортско - анимациски содржини на планина води кон високо ниво на инвестиции**, **развој и трошоци за инфраструктурата**, **развојот на новите спортско - анимациски содржини го подобрува квалитетот на локалните услуги**, **новите спортско – анимациски содржини создава нови пазари за локалните производи со што истиот се дефинира како **фактор на економски придобивки****. Во структурирањето на вториот фактор учествуваат варијаблите: **спортската анимација на планина поттикнува различни културни активности од страна на локалното население**, **на пр. занаети, уметност, музика**, **постои разбирање за различни луѓе и култури од страна на жителите**, **спортската анимација на планина ќе ја зголеми локалната свест и препознавањето на локалната култура и наследството**, **спортско - анимациски содржини на планина ќе обезбедат можности за обнова и заштита на историските структури**, **постои промена во животниот стил што се јавува заради развојот на спортско анимациски содржини на планина**, **постојат голем број на забавни објекти во доменот на спортот**, **развојот на спортско анимациски содржини води кон ширење на мрежата на угостителски објекти**. Од тие причини истиот може да се дефинира како **фактор на социокултурни придобивки**.

Третиот фактор го дефинираат варијаблите: **квалитетот на природното опкружување е повисок заради развојот на нови спортско - анимативни содржини на планина**, **постои можност за подобрување на патиштата и другите јавни услуги**, **задоволството на локалната заедница од рекреативни и спортски објекти ќе биде во пораст**, **ќе се унапреди градското планирање**, **нивото на урбанизација ќе се зголеми како резултат на развојот на нови спортско – анимациски содржини на планина**, **новите спортско – анимациски содржини**

мора да ја подобри животната средина за идните генерации со што се дефинира како фактор на придобивки за животната средина.

**Табела 2. Факторска анализа на варијаблите за оценка ставовите и вредностите на испитаниците поврзани со влијанијата на постојните и новите производи и услуги**

Варијабли	FACMAT			VARIMAX			h <sup>2</sup>
	F1	F2	F3	F1	F2	F3	
Спортската анимација на планина поттикнува различни културни активности од страна на локалното население, на пр. занаети, уметност, музика	<b>-0.67</b>	-0.30	-0.26	0.27	<b>0.70</b>	0.24	0.58
Постои разбирање за различни луѓе и култури од страна на жителите	<b>-0.62</b>	-0.36	-0.30	0.20	<b>0.73</b>	0.18	0.58
Спортската анимација на планина ќе ја зголеми локалната свест и препознавањето на локалната култура и наследството	<b>-0.75</b>	-0.22	-0.14	0.33	<b>0.62</b>	0.37	<b>0.66</b>
Спортско - анимациски содржини на планина ќе обезбедат можности за обнова и заштита на историските структури	<b>-0.70</b>	-0.17	-0.07	0.32	<b>0.53</b>	0.38	0.59
Постои промена во животниот стил што се јавува заради развојот на спортско анимациски содржини на планина	<b>-0.72</b>	-0.16	-0.30	0.41	<b>0.66</b>	0.21	0.65
Постојат голем број на забавни објекти во доменот на спортот	<b>-0.48</b>	-0.46	-0.22	0.02	<b>0.67</b>	0.18	0.45
Развојот на спортско анимациски содржини води кон ширење на мрежата на угостителски објекти	<b>-0.72</b>	-0.15	-0.06	0.33	<b>0.52</b>	0.40	0.65
Бројот на работни места во заедницата ќе се зголеми како резултат на зголемената понуда на спортско - анимативни содржини на планина	<b>-0.76</b>	0.20	0.00	<b>0.62</b>	0.27	0.42	0.67
Личниот приход на локалните жители ќе се зголеми како резултат на зголемената понуда на спортско - анимативни содржини на планина	<b>-0.74</b>	0.27	-0.08	<b>0.67</b>	0.26	0.33	0.67
Стандардот на живеење на домаќинствата ќе се зголеми заради зголемената понуда на спортско - анимативни содржини (туристички развој)	<b>-0.74</b>	0.42	-0.12	<b>0.80</b>	0.18	0.27	<b>0.80</b>
Новите спортско – анимациски содржини генерира значителни даночни приходи во домашната економија	<b>-0.68</b>	0.50	-0.19	<b>0.85</b>	0.14	0.16	0.72
Развојот на новите спортско - анимациски содржини на планина води кон високо ниво на инвестиции, развој и трошоци за инфраструктурата	<b>-0.72</b>	0.20	-0.19	<b>0.64</b>	0.35	0.24	0.70
Развојот на новите спортско - анимациски содржини го подобрува квалитетот на локалните услуги	<b>-0.80</b>	0.25	-0.12	<b>0.71</b>	0.32	0.33	0.76
Новите спортско – анимациски содржини создава нови пазари за локалните производи	<b>-0.76</b>	0.31	-0.00	<b>0.69</b>	0.20	0.39	0.68
Квалитетот на природното опкружување е повисок заради развојот на нови спортско - анимативните содржини на планина	<b>-0.78</b>	-0.15	0.26	0.28	0.38	<b>0.70</b>	0.73
Постои можност за подобрување на патиштата и другите јавни услуги	<b>-0.78</b>	-0.13	0.36	0.26	0.31	<b>0.77</b>	0.74
Задоволството на локалната заедница од рекреативни и спортски објекти ќе биде во пораст	<b>-0.78</b>	-0.13	0.33	0.27	0.32	<b>0.74</b>	0.71
Ќе се унапреди градското планирање	<b>-0.73</b>	0.00	0.42	0.32	0.16	<b>0.77</b>	0.71
Нивото на урбанизација ќе се зголеми како резултат на развојот на нови спортско – анимациски содржини на планина	<b>-0.81</b>	-0.02	0.32	0.37	0.27	<b>0.73</b>	0.73
Новите спортско – анимациски содржини мора да ја подобри животната средина за идните генерации	<b>-0.83</b>	-0.11	0.10	0.39	0.46	<b>0.59</b>	<b>0.77</b>
<b>LAMBDA(λ)</b>	<b>10.70</b>	<b>1.41</b>	<b>1.06</b>	<b>CUM (λ)</b>		13.19	

Факторски најголема валидност ( $h^2$ ) покажаа варијаблите стандардот на живеење на домаќинствата ќе се зголеми заради зголемената понуда на спортско - анимативни содржини (туристички развој) кон првиот фактор, односно, спортската анимација на планина ќе ја зголеми локалната свест и препознавањето на локалната култура и наследството кон вториот фактор и новите спортско – анимативни содржини мора да ја подобри животната средина за идните генерации кон третиот фактор.

Вакавата екстракција на фактори се бележи и кај Naidoo & Ramseook-Munhurrun, (2011). Факторот економски позитивно влијание го екстрахира и Dhakal (2017), додека Huong & Ju - Hee Lee (2017), екстрахираат 5 фактори од кои социјален и фактор на животна средина се дефинира како еден, додека економската корист се препознава преку два фактори именувани како фактор на лична економска корист и фактор на корист по локалната заедница.

#### 4. ЗАКЛУЧОК

Резидентите јасно и недвосмислено го гледаат центарот како потенцијал за локална регенерација: социокултурна, економска и еколошка. Нови инвестиции, иновации и ангажман на високо стручни човечки ресурси преку нови спортско анимативни производи на планина можат да го направат тоа. Резидентите точно ги лоцираат сегментите за можна регенерација на овој начин и тоа преку јакнење на локалната култура, проширување на мрежата на автентични гастрономски објекти, нови работни места, пораст на навиките за редовна физичка активност, јакнење на мрежа на спортски објекти и одржлива животна средина. Вака добиените сознанија само го потврдуваат она што анализата на литературата го екстрахира дека користи од спортската анимација како интегрален дел на спортскиот туризам се перцепира како повеќекратна по локалната заедница. А, поддршката за програмска реорганизираност од страна на резидентното население во случајов е повеќе од видлива. Тоа значи дека речиси веднаш согласно позитивните законски прописи според кој Попова Шапка прерасна во национален парк да се пристапи кон формирање на дополнителни производи кои ќе ја заживеат дестинацијата пропорционално на нејзините расположливи ресурси.

#### КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- Маринов, Б., & Николова, Е. (2008). Свободното време на ученика турист. БИНС, Софија.
- Нестороска, И. (2005). Меѓународен туризам. Центар за научно истражувачка работа при Факултетот за туризам и угостителство, Охрид.
- Нестороска, И. (2011). Анимации во туризмот. Центар за научно истражувачка работа при Факултетот за туризам и угостителство, Охрид
- Alrwajfah, M. M., Almeida – Garcia, F., & Cortes – Macias, R. (2019). Resident`s perceptions and satisfaction toward tourism development: A case study of Petra region, Jordan. *Sustainability* 2019, 11 (1907):1-20
- Bartoluci, M., Čavlek, N. I sur. (2007). Turizam i sport – razvojni aspekti. Školska knjiga, Zagreb
- Cooper, C., & Hall, C. M. (2008): *Contemporary Tourism: An International Approach*, Elsevier, New York.
- Dhakal, B. (2017). Using factor analysis for resident attitudes towards economic impact in tourism in Nepal. *International journal of statistics and application*, 7 (5) 250 – 257.
- Đorđević, S. (2017). Benefiti sportsko-rekreativnih sadržaja u programima turističke animacije. *Fakultet za sport i turizam, Novi Sad, TIMS Acta* 11, 95-101
- Harley, B. & Associates Inc. (2006). *All Season Resort Guidelines*, Chapter II: Mountain Resorts, pp..5-7
- Hasanović, P. (2018). Sportski turizam kao marketinški element pozicioniranja Hrvatske kao turističke destinacije, *Međimursko Veleučilište u Čakovcu*, str. 18-19
- Huong, M. P., & Ju – Hee, L. (2017). Finding important factors affecting local residents` support for tourism development in Ba Be National Park, Vietnam. *Forest science and technology*, Vol. 13, Issue 3, pp. 126 - 132
- Milićević, S., & Trišić, I. (2018). Ekonomski i socio-kulturni efekti razvoja turizma u turističkim destinacijama. *Megatrend revija -Megatrend Review*, Vol. 16, № 2, 21-38.
- Naidoo, P., & Ramseook-Munhurrun, P. (2011). Residents` attitudes toward perceived tourism benefits. *International journal of management and marketing research*, University of Technology, Mauritius. pp. 45-51
- Petreska, B., Mihalić, T., & Andreeski, C. (2020). Resident`s perception on tourism impact factors: A study of Ohrid, North Macedonia. *XV International scientific conference on service sector, INSCOSES*.
- United Nations Environment Programme (2007). *Tourism and Mountains, A Practical guide to managing the environmental and cosial impacts of mountain tours*, p. 7
- Weaver, D., & Lawton, L. (2014). *Tourism Management*, John Wiley & Sons, Sidney.