

**ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА  
СТРУКОВНИХ СТУДИЈА  
НОВИ САД**

# **ЕКОНОМИКА ТУРИЗМА**

**Бошковић др Татјана**

Нови Сад, 2020. година

**др Татјана Бошковић**

**ЕКОНОМИКА ТУРИЗМА**

**Издавач:**

Висока пословна школа струковних студија, Нови Сад

**За издавача:**

др Јелена Дамњановић

**Рецензент:**

др Тамара Гајић

*Електронско издање – помоћна уџбеничка грађа (скрипта)*

CIP - Каталогизација у публикацији  
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

338.486.1.02(075.8)

**БОШКОВИЋ, Татјана, 1968-**

Економика туризма [Електронски извор] / Бошковић Татјана. - Нови Сад : Висока пословна школа струковних студија, 2020

Начин приступа (URL): <http://vps.ns.ac.rs>. - Опис заснован на стању на дан 29.10.2020. – Насл. с насловног екрана. - Библиографија.

ISBN 978-86-7203-159-1

а) Економика туризма б) Туризам - Економски аспект

COBISS.SR-ID 24472329

## ПРЕДГОВОР

Скрипта Економика туризма је намењена студентима Високе пословне школе струковних студија у Новом Саду, за наставни предмет Економика туризма, према наставном програму за истоимени предмет у оквиру студијског програма Туризам и хотелијерство. Писање ове скрипте је инспирирано ранијим уџбеницима, као и свим осталим релевантним уџбеницима и литературом из ове области, али и вишегодишњим предавачким искуством аутора. Наставним планом и програмом *циљ предмета* Економика туризма је дефинисан као упознавање студената са основним економским појмовима и категоријама у туризму, као и са економским, али и свим другим некономским ефектима туризма. Такође, упознавање карактеристика туризма као привредне делатности и његовог утицаја на развој целокупне привреде и економије у земљи и свету. Циљ предмета је и стицање знања у области функционисања туристичког тржишта и препознавање свих његових чинилаца. Имајући у виду циљ предмета, скрипта је организована у следећа поглавља:

*Први део чине Уводна разматрања.*

*Друго поглавље под насловом Основни појмови и аспекти изучавања туризма и Економике туризма* има за циљ усвајања основних појмова из ове области и разумевања нужности различитих аспеката односно приступа туризму и Економици туризма.

*Треће поглавље од насловом Основне карактеристике и утицаји туризма* је посвећено упознавању и разумевању свих специфичних карактеристика туризма као делатности и сагледавању његовог значаја у економском, али и у сваком другом друштвеном, културном, здравственом и другом смислу. Ипак, највећа пажња је посвећена његовом економском значају и ефектима које има у економској сфери. Најзначајнији су утицаји на друштвени производ и национални доходак, платни биланс, запосленост и делатности туристичке привреде. Такође, веома су значајни мултипликовани ефекти које на укупну економију производи страна туристичка потрошња.

*Четврто поглавље „Туристичко тржиште“* се бави свим елементима који чине тржиште и његовим функционисањем и основним карактеристикама. Највећа пажња је посвећена туристичкој тражњи и чиниоцима који одређују њено понашање, али и методама истраживања тржишта чија примена помаже да се упозна тражња и кључни чиниоци.

*Пето* поглавље „*Примена маркетинга у туризму*“ упознаје са могућностима примене маркетинга у туризму и са могућим маркетинг стратегијама усмереним ка циљним групама туристичких потрошача.

*Шесто* поглавље „*Туристичка пропаганда*“ је посвећено данас веома коришћеном инструменту маркетинга који употребљава различита техничка средства како би деловао на појединца односно на туристичке потрошаче. Такође, упознаје и са трошковима пропаганде који се морају поднети да би се постигли жељени економски ефекти.

*Седмо* поглавље је посвећено *Развоју и перспективама међународног туризма у свету* и поједностављени је приказ тог развоја од 1950. године до данас. Издвојени су неки ранији преломни догађаји и фазе у том развоју, али и поменути најновији догађаји односно фактори који утичу на перспективе међународног туризма у свету.

Завршно *осмо* поглавље под насловом „*Развој и перспективе туризма у Републици Србији*“ је посвећено развојним могућностима и перспективама развоја различитих туристичких производа. Нарочити акценат је стављен на садашње, али и очекиване економске ефекте туризма у Србији.

Очекивања су да ће, након успешног савладавања градива према претходно наведеним темама, бити постигнут *исход предмета*: Студенти ће бити у стању да разумеју основне економске појмове који се сусрећу у пословању туристичких предузећа и уопште туристичке привреде. Студенти ће се упознати са мултипликативним ефектима туристичких кретања, са свим променама на туристичком тржишту, карактеристикама понуде и тражње, савладавши актуелизовану проблематику економике туризма. На основу теоријског знања и практичне наставе студенти ће успешно формирати сопствени став о развоју туризма и његовом позитивном утицају на све економске категорије, како на микро, тако и на макро нивоу.

## 1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

Пре појаве туризма односно туристичке епохе постојале су појаве сличне туризму односно такозвани период предтуристичке епохе. Према Вукићевићу, вишевековни историјат туризма се кретао од појава аналогних туризму (Стари век), преко фаза олиго- и политуризма (Средњи, односно Нови век), па све до етапе масовног туризма (после 1950. године). У наредној табели је приказан историјат развоја туризма по етапама:

Табела 1

### *Историјат развоја туризма*

Етапа	Мотиви туристичких кретања	Облици турист. промета	Структура туриста	Значај туризма	Временски период
Појаве сличне туризму	- Разонода; - Здравствена превентива; - Религија.	- Ходочашћа, - Посета олимпијских игара; - Пасивно и активно присуство в великим природбама; - Посета природних и минералних и топлих извора.	Претежно привилеговане класе одређених подручја економски развијених земаља Европе	Друштвена појава	Стари век (Робовласништво)
	- Разонода, - Религија.	- Присуство ритерским турнирима; - Учешће у великим лововима; - Ходочашће.	Искључиво привилеговане класе одређених подручја економски развијених земаља Европе	Друштвена појава	Средњи век (Феудализам)
Олиготуризам	- Враћање „мајци природи“; - Упознавање и развијање љубави	- Алпинизам; - Планинарство; - Бањски туризам.	Искључиво виши слојеви буржоазије	Друштвена појава + Почетак потврђивања као економске појаве	Почетак XIX века I светски рат

	<ul style="list-style-type: none"> <li>према домовини;</li> <li>- Разнода;</li> <li>- Здравствена превентива и куратива.</li> </ul>				
Политуризам	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Упознавање и развијање љубави према домовини;</li> <li>- Разнода;</li> <li>- Здравствена превентива и куратива;</li> <li>- Упознавање других земаља и народа.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Излетнички туризам;</li> <li>- Бањски туризам;</li> <li>- Годишње-одморски туризам.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Виши слојеви буржоазије;</li> <li>- Припадници слободних професија;</li> <li>- Широки народни слојеви.</li> </ul>	Друштвена појава + Економска појава	I светски рат – 1950. године
Масовни туризам	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Разнода;</li> <li>- Динамичка психофизичка рекреација;</li> <li>- Упознавање других крајева и народа;</li> <li>- Сазнање националног и светског културног и светског културно-историјског наслеђа;</li> <li>- Учење.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Годишње-одморски туризам;</li> <li>- Излетнички туризам;</li> <li>- Бањско-здравствени туризам;</li> <li>- Излетнички туризам;</li> <li>- Културни туризам;</li> <li>- Социјални туризам;</li> <li>- Конгресни туризам.</li> </ul>	Широки круг светског становништва	Део националне привреде + Социјална, културна и политичка појава	Савремени тренутак (од 1950. године)

*Напомена.* Преузето од Вукићевић, М. (1992). *Економика и организација туризма*, Нови Сад: Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет – Институт за географију, стр. 20

Почетак туристичке епохе се везује за период средине XIX. века и траје до данас. Појава ове епохе је резултат одређених околности односно повољних услова који су створени: настанком слободног времена и слободних новчаних средстава, већег животног стандарда и развојем саобраћаја.

У теорији се детерминанте (фактори) развоја туризма групишу на објективне (рационалне) и субјективне (ирационалне). Најзначајнији објективни фактори су: животни стандард, расположиво слободно време, урбанизација и туристичка понуда. У другу групу се убрајају: туристичка традиција и култура, информативно-пропагандна активност, помодарство, снобизам и други. За прву групу фактора је карактеристично да се њихов утицај на туризам може квантификовати, а што није случај са ефектима субјективних чинилаца.

Табела 2

*Фактори развоја туризма*

<b>Објективни</b>	<b>Субјективни</b>
<b>1. Животни стандард:</b> - Природно богатство и степен његове искоришћености; - Лични стандард; - Друштвени стандард; - Услови рада; - Положај у друштву	<b>1. Туристичка традиција</b>
<b>2. Фонд расположивог слободног времена</b>	<b>2. Туристичка култура</b>
<b>3. Ниво урбанизације:</b> - Економске; - Просторне; - Демографске; - Функционалне друштвено-културне.	<b>3. Информативно-пропагандна делатност</b>
<b>4. Туристичка понуда</b>	<b>4. Мода (снобизам)</b>

*Напомена.* Преузето од Вукићевић, М. (1992). *Економика и организација туризма*. Нови Сад: Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет – Институт за географију, стр. 17

Постоји висок степен сагласности у литератури да су основни предуслови за развој туризма:

- слободно време и
- слободна новчана средства.

Развој производних снага је истовремено стварао и све повољније услове за туристичка путовања. Туризам се показао веома погодним за испуњење основних функција слободног времена људи:

- ослобађање од умора (одмор),
- ослобађање од досаде (разнода) и
- свестрани развој личности.

За развој савременог туризма је пресудан био период када су се као основна маса туриста појавили они који *на основу сопственог рада* обезбеђују слободно време и слободна новчана средства за туристичка путовања. То је био значајан помак у односу на претходну епоху развоја друштва у којој су основну масу туриста чинили они који су те услове за туристичка путовања обезбеђивали *на основу присвајања резултата туђег рада*.

Узимајући у обзир претходно разматрање, према субјекту туризма се развој туризма може посматрати кроз две епохе:

- епоху туризма привилегованих класа и
- епоху савременог туризма.

*Епоха туризма привилегованих класа* је период у коме су они који су присвајали резултате туђег рада чинили главну масу туриста и по тој основи су обезбеђивали услове за туристичка путовања. Такви услови су важили у робовласничком и феудалном друштву, а делом и у одређеним фазама развоја капиталистичког друштва. Према томе, цео преткапиталистички период се може сврстати у ову епоху, што се не може рећи за капиталистички период.

*Епоха савременог туризма* обухвата одређене фазе развоја капиталистичког система и социјалистички друштвени систем у потпуности. Карактерише је да су они који су на бази свог сопственог рада обезбеђивали слободно време и слободна новчана средства за туристичка путовања чинили основну масу туриста.

Развој туризма се може поделити на три основне етапе (Марковић, С. и Марковић, З., 1970):

*Прва етапа* се односи на период када се путовало ради рекреације и то искључиво привилеговане класе при чему путовања још увек нису носила назив туристичка; сеже у далеку прошлост и траје до половине 19. века.

*Друга етапа* је раздобље у коме се број туриста значајно повећава иако и даље преовлађују припадници привилегованих класа; путовања ради рекреације се називају туристичким; започиње с првом савремено организованом туристичком акцијом и траје до Првог светског рата.

*Трећа етапа* је раздобље савременог туризма у којој основну масу туриста чине радни људи; почетак етапе се везује за период после Првог светског рата, а после Другог светског рата прераста у масовну појаву. У



оквиру треће етапе најзначајнији период је од краја Другог светског рата до данас јер туризам поприма масовни карактер укључивањем широких маса становништва у туристичка кретања. На масовни карактер туризма су утицале одређене друштвене промене као што су: признавање права радничкој класи да се бори за повећање најамнина; скраћење радног времена и увођење плаћених годишњих одмора што је резултирало и унапређивањем положаја радничке класе и повећањем животног стандарда становништва.

Осим ових фактора треба поменути и утицај саобраћаја, нарочито железничког, аутомобилског и ваздушног, на развој туризма. Железнички саобраћај је унео значајне промене у сектору туристичких путовања. Thomas Cook је човек који је први почео да користи железницу за превоз туриста. Он је познат и као оснивач прве туристичке агенције „Cook and Son“ (1841. године) која је повољно утицала на развој међународног туризма.

## 2. ОСНОВНИ ПОЈМОВИ И АСПЕКТИ ИЗУЧАВАЊА ТУРИЗМА И ЕКОНОМИКЕ ТУРИЗМА

*Туризам је комплексна појава, друштвени и економски феномен, који заокупља пажњу у теорији, и у пракси. Појам и дефинисање туристе, као и туризма прате одређене дилеме и неслагања. Ипак, издвојиле су се неке дефиниције које обухватају све његове аспекте. Све утицаје није могуће изучавати применом само једне научне дисциплине. Неопходан је мултидисциплинарни приступ. Економика туризма се бави изучавањем економских утицаја туризма.*

*Циљ поглавља је упознавање са основним појмовима и приступима изучавању туризма и појмом и садржајем предмета Економика туризма.*

### 2.1. ОСНОВНИ ПОЈМОВИ У ТУРИЗМУ

#### 2.1.1. Појам и дефинисање туризма

Реч туризам се често повезује са енглеском речи „tour“ (тур). Према Оксфордском речнику, значење ове речи је „задовољство од путовања са задржавањем у различитим местима“. Ипак, у литератури се помиње да појам туризам потиче од грчке речи „tornos“, која је затим прешла као торнус у латински језик и у средњовековну употребу за појам „турнир“.

Реч турист и туризам се први пут јављају у Енглеској почетком 19. века. Сам појам „туризам“ је употребљен први пут 1811. године за означавање гужве и кретања гомиле на некој манифестацији. Са развојем туризма у литератури се појавио и велики број дефиниција. Све савремене дефиниције туризма се могу разврстати у четири основне групе (Цицварић, 1999):

1. номиналистичке,
2. економске,
3. статистичке и
4. универзалне.

*Номиналистичке дефиниције се заснивају на свом имену, али не откривају пуно о појави која се дефинише. Пример такве дефиниције је: „туризам је укупност односа и појава које резултирају из путовања, с тиме да то није у сврху сталног настајења“.*

Економске дефиниције полазе од туризма као економске појаве. Пример такве дефиниције је: „туризам је специфичан облик потрошње“.

Статистичке дефиниције су описног карактера. Као што сам назив упућује, полазе од потреба статистике и појмова „турист“, „посетилац“, „ноћење“ и сличних.

Обзиром да је туризам по својој природи веома комплексна и хетерогена појава тешко је дати и издвојити дефиницију која ће све његове аспекте у потпуности обухватити и истаћи. Ипак, дефиниција туризма швајцарских аутора Hunziker-а и Krapf-а је најпознатија и сматра се универзалном и до сада најприхватљивијом.

Hunziker и Krapf:

*„Туризам је скуп односа и појава које произилазе из путовања и боравка посетилаца неког места, ако се тим боравком не заснива стално пребивалиште и ако с таквим боравком није повезана никаква њихова привредна делатност“ (Унковић, Зечевић, 2006, стр. 11).*

Усвојена је и од стране Међународног удружења научних туристичких експерата (AIEST) што потврђује да је научна и најпотпунија дефиниција туризма.

### **2.1.2. Појам туристе**

Појам и дефинисање туристе, као и туризма прате одређене дилеме и неслагања у теорији и у пракси. Са порастом значаја међународног туристичког промета и уопште туризма, у периоду после Првог светског рата, се појављују први научни радови из ове области. У њима аутори износе различите ставове по питању дефинисања и схватања ових појмова. Као први значајнији рад се најчешће издваја рад из 1933. године енглеског аутора *Ogilvie*-а под насловом „The Tourist Movement“ (Туристичка кретања). У поменутом раду је дата следећа дефиниција туристе:

„За економске сврхе туристи су све особе које испуњавају два услова: да су одсутни из свог места сталног боравка у било ком периоду краћем од годину дана, и друго, док су одсутни из места сталног боравка, да троше новац у местима где се налазе, не зарађујући новац у тим местима“ (Ogilvie F.W., 1933, стр. 2).

Може се уочити да аутор приликом дефинисања појма туристе полази од економског значаја туризма. Такође, може се уочити да издваја два

критеријума односно услова као основна за дефинисање и препознавање туристе: први је посета местима ван места сталног боравка и други, трошење новца у местима која посећују, а који су зарадили у месту свог сталног боравка.

Други рад који такође треба поменути се појавио три године касније односно 1936. године, а аутор је *Norval*. Према поменутом аутору: „дефинисати туристу као сваку особу која пређе границу стране земље из било којих разлога, сем у случају жеље за сталним настањем у тој земљи или редовним запослењем, и која троши новац у земљи привременог боравка, а тај новац је зарађен на другом месту“ (Norval, J., 1936, str. 53).

Наредне године односно 1937. године овим питањем се почела бавити и *Лига народа*. Тако је Комитет статистичких експерата Лиге народа дефинисао страног туристу као особу „која посети земљу ван свог места сталног боравка, за период најмање од 24 часа“.

Туристима се сматрају особе које путују:

- из задовољства, порордичних и здравствених разлога;
- због друштвених обавеза на различите састанке (научне, административне, дипломатске, религиозне, спортске...);
- из пословних разлога;
- у одређена места у оквиру кружног путовања бродом (чак и ако се у њима задржавају краће од 24 часа).

Туристима се не сматрају особе:

- које стигну са или без уговора о запослењу и које се запосле или се почну да се баве било којом врстом лукративне активности у конкретној земљи;
- остале особе које су стигле са намером да оснују стално место боравка у страниј земљи;
- студенти и младе особе у разним образовним институцијама или школама;
- становници пограничних зона и особе са сталним местом боравка у једној, а запослењем у другој земљи;
- путници који путују кроз земљу без задржавања, чак и у случајевима када то путовање траје дуже од 24 часа.

Ова дефиниција је применљива и за домаће путнике. Туриста је „свака особа која посећује места ван свог места сталног боравка у периоду

дужем од 24 часа“. Екскурзисти су онда особе које путују на одмор за период краћи од 24 часа (OECD, 1978).

Оваквим дефинисањем су унете и неке нове одреднице у односу на претходне дефиниције, а које се сматрају важним за одређивање статуса туристе:

- истиче се значај сврхе посете (мотива путовања);
- одређује се минимално време које треба да се проведе у одређеној земљи или месту;
- прецизније се одређује статус путника у транзиту; студената и ученика и становника пограничних зона;
- уводи се нови термин „екскурзисти“;
- дефинише се домаћи туриста.

Циљ оваквог дефинисања је био да се, на бази јединственог теоријског схватања појма „туристе“, обезбеди јединствено статистичко праћење туристичког промета у свету. Ова дефиниција је прихваћена од стране бројних релевантних међународних туристичких организација и важила је у **периоду до 1963. године**.

Највећу научну полемику је изазвало укључивање мотива путовања у дефиницију туристе. Направљена је разлика између путника и туриста. Сваки туриста је и путник, али сваки путник није туриста. Разликују се управо по основу мотива путовања. Истакнута је разлика између две групе путника:

- путника чији су мотиви путовања: задовољство, одмор, разонода и одређених здравствених разлози и
- путници који путују ради пословних обавеза или сталног запослења (мотиви путовања су лукративне делатности).

Постоји велики степен сагласности у теорији да се, путници чији су мотиви путовања лукративне делатности, не могу сматрати туристима. Такав став је заступљен и у једној од најпознатијих дефиниција туризма од аутора Hunziker-а и Krapf-а, која је раније цитирана.

Такође, у литератури су присутни ставови да из друге групе путника треба издвојити оне који путују ради одређених пословних обавеза, а при томе користе конкретно путовање и ради одмора, разоноде, обиласка и слично. Они се не могу поистоветити са путницима чија су путовања лукративне делатности (запослење) него се могу укључити у категорију туристе. Ипак, у литератури и у пракси неких земаља (Аљаска, Флорида...) се могу срести и супротни ставови.

Према томе, претходна разматрања указују на разноликост ставова и мишљења у области дефинисања појма туристе. То представља и основу за примену различитих система статистичког обухватања и праћења туристичког промета у свету. Из тог разлога је на Конференцији УН у Риму 1963. године одлучено: да се израз „турист“ замени изразом „посетилац“ и да се „екскурзисти“ статистички обухватају. Тако да се од **1963. године**, уведе и дефинишу следећи појмови „посетилац“, „туриста“ и „екскурзиста“.

*Посетилац* је свака особа која борави у земљи коју је посетила, независно од разлога посете, осим оних чији су разлози запослење. Разликују се две групе посетилаца:

1. *Туристи* су привремени посетиоци који бораве у земљи коју су посетили најмање 24 часа ради:
  - одмора,
  - пословних, породичних, друштвених, јавних и политичких обавеза.
2. *Екскурзист* је привремени посетилац који борави мање од 24 часа у земљи коју посећује, обухватајући ту и путнике на поморским кружним путовањима (UN, 1963, и WTO, 1977 и 1978).

Нове прецизније дефиниције основних учесника у туризму (домаћи посетиоци, страни посетиоци, страни туристи, екскурзисти) су резултат рада на Конференцији Светске Туристичке Организације (WTO) која је 1991. године одржана у Отави (Канада). Значајан допринос напорима да се створи основа за лакше и јединствено праћење, анализирање и упоређивање податка у туризму је дала и Светска Туристичка Организација (WTO).

Препоруке ове организације из 1993. године су да се користе следеће категорије: посетилац, туриста и једнодневни посетилац (ранији екскурзист), и то на следећи начин:

1. Посетилац је особа која путује у другу земљу која није његово или њено место сталног боравка, на период краћи од 12 месеци, уколико то није везано за запослење у тој земљи.
2. Туриста је особа која у земљи коју посећује проведе најмање једну ноћ у регистрованим или приватним облицима смештаја.
3. Једнодневни посетилац је особа која у датој земљи коју посећује не проводи ни једну ноћ у регистрованом или приватном смештају.

Овакав начин дефинисања поменутих категорија страних посетилаца је усвојен и од стране статистичке институције Организације Уједињених нација.

### **Статистички систем и методе праћења туристичког промета у Републици Србији**

Према Статистичком годишњаку Републике Србије (2019) године се користе следеће дефиниције:

„**Туриста** је сваки посетилац који у месту посете проведе најмање једну ноћ у неком угоститељском објекту за смештај.“

„**Посетилац** је свако лице које путује у место изван своје уобичајене околине, на период који не прелази 12 узастопних месеци, а главна сврха путовања није обављање неке активности коју плаћа место посете.“

„Под појмом **доласци** се подразумева број туриста који бораве једну или више ноћи у смештајном објекту у посматраном периоду. (Обухватају се и деца, без обзира на узраст. Не обухватају се лица која стално станују у објекту (особље, власник и чланови његовог домаћинства), као ни лица која имају статус избеглице.)“

„Број долазака не одговара броју туриста. Једно лице може да путује више пута током године. Такође, једно лице може током једног путовања да посећује више места и сваки пут се његов долазак региструје у смештајном објекту у коме борави. Према томе, статистика евидентира број долазака туриста, а не број туриста.“

„**Земља порекла** се одређује на основу земље пребивалишта туриста.“

„**Туристичко место** представља организациону и функционалну целину са формираном туристичком понудом, природним вредностима, културним добрима и другим знаменитостима значајним за туризам, комуналном, саобраћајном и туристичком инфраструктуром, као и објектима и другим садржајима за смештај и боравак туриста.“

Извор: Република Србија Републички завод за статистику (2019): Статистички годишњак, Београд, 339-340 страна

И на крају, треба истаћи да су туристи основни носиоци тражње туристичких услуга и самим тим и основни носиоци туристичке потрошње која представља основу развоја туризма као привредне делатности. Према томе, туристе због посебног значаја би требало

издвајати из укупног броја привремених посетилаца (који укључују и туристе као врсту привремених посетилаца).

## **2.2. АСПЕКТИ ИЗУЧАВАЊА ТУРИЗМА И НАУЧНЕ ДИСЦИПЛИНЕ ЗА ИЗУЧАВАЊЕ ТУРИЗМА**

Туризам је по својој природи комплексна, вишеслојна, друштвена и економска појава. Према томе, проучавање туризма захтева да се у потпуности обухвате сви његови аспекти односно деловања – и друштвени и економски.

Изучавање *друштвеног аспекта* се односи, пре свега, на истраживање утицаја туризма на:

- одржавање психофизичке кондиције и здравља,
- повећање културног нивоа становништва,
- очување историјског и културног наслеђа ,
- боље разумевање међу људима из различитих земаља и подручја што доприноси и очувању мира у свету. Политички аспект, са становишта престижа одређене земље у свету се такође сврстава у друштвени аспект.

*Економски аспект* полази од тога да је туризам повезан и да утиче на развој низа привредних, али и непривредних делатности које учествују у задовољењу туристичких потреба. Туризам непосредно односно директно, али и посредно односно индиректно врши утицај на све привредне делатности и економију земље у целини.

Овде се нарочито мисли на следеће утицаје туризма:

- на развој области материјалне производње,
- на бржи развој неразвијених подручја,
- на платни биланс земље,
- на запосленост становништва,
- на мултипликовани ефекат на привреду у целини.

Само уважавањем претходно разматраног ширег друштвеног и економског аспекта је могуће у потпуности сагледати комплексну појаву као што је туризам. Исто тако, немогуће је ове утицаје изучавати применом само једне научне дисциплине. Неопходан је *мултидисциплинарни приступ* изучавању туризма.

Научне дисциплине чија се примена намеће у изучавању туризма су, пре свега: економија, географија, психологија, социологија, историја, статистика и математика, информатика, организација рада,



антропологија, етнологија, историја уметности, медицина, техничке науке и друге. Циљ научног истраживања у сваком конкретном случају опредељује и значај примене сваке од претходно набројаних научних дисциплина.

## **2.3. ПОЈАМ И САДРЖАЈ ПРЕДМЕТА ЕКОНОМИКА ТУРИЗМА**

Назив предмета Економика туризма упућује да је нагласак на проучавању *економског аспекта туризма*. Према томе, највећи значај у овој области припада примени резултата истраживања економске науке. Међутим, као што је већ и претходно наглашено, неопходна је примена и других научних дисциплина односно примена такозваног мултидисциплинарног приступа.

Појам економика туризма се истовремено користи за означавање научне области која се бави економском теоријом туризма и за обухватање и сагледавање комплексних економских односа у туризму. Према стручњацима из ове области, економика туризма треба, пре свега, да дефинише, анализира и објашњава примену основних економских категорија у области туризма, а на основу тога и да омогући да се у потпуности сагледа место туризма у оквиру националне односно светске економије.

Комплексност изучавања туризма произилази из чињенице да је туризам хетерогена привредна делатност коју чине различите (привредне и непривредне) делатности и гране. Међутим, економска теорија туризма проучава искључиво оне њихове сегменте који учествују у задовољењу туристичких потреба. Као резултат задовољења туристичких потреба настаје *туристичка потрошња* која заправо повезује све ове делатности и из које проистичу економски ефекти туризма односно утицаји туризма на привреду.

Управо се економске функције туризма издвајају као најзначајнији део економских истраживања у туризму. Међутим, остваривање економских функција туризма не би било могуће без постојања и функционисања туристичког тржишта и примене маркетинг концепције, што представља такође предмет интересовања Економике туризма.

### ***ПИТАЊА ЗА ПРОВЕРУ ЗНАЊА***

1. Наведите основне предуслове за развој туризма.
2. Наведите две основне епохе у развоју туризма и њихове карактеристике.
3. Који период се сматра најзначајнијим у оквиру епохе савременог туризма? Зашто?
4. Који фактори су утицали на масовни карактер туризма?
5. Како гласи дефиниција туризма према Hunziker-у и Krapf-у.
6. Шта чини садржај и циљ предмета Економика туризма?
7. Како се дефинише посетилац у складу са препорукама WTO ИЗ 1993. године?
8. Како се дефинише туриста у складу са препорукама WTO ИЗ 1993. године?
9. Како се дефинише једнодневи посетилац у складу са препорукама WTO из 1993. године?
10. Како се може дефинисати појам „туристичко место“?

### 3. ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ И УТИЦАЈИ ТУРИЗМА

*Делатности које учествују у задовољењу туристичких потреба чине туризам као привредну делатност. Из тога, као и комплексности туристичких потреба, произилази и сложеност карактера рада у туризму и друге специфичности ове делатности. С друге стране, утицаји туризма су такође посебни и задиру у економску, али и неекономску сферу. Туризам има друштвени, али и економски значај.*

*Циљ поглавља је да се објасне: специфичности туризма као привредне делатности и утицаји туризма на друштво и економију.*

#### 3.1. ТУРИЗАМ КАО ПРИВРЕДНА ДЕЛАТНОСТ

Туризам је само једна од привредних делатности које чине привреду сваке земље. Сагледавање суштине туризма као привредне делатности полази од тога да се на туристичком тржишту, на страни тражње налазе туристички потрошачи са својим различитим потребама, а да се на другој страни – страни понуде налазе различите делатности које чине туристичку привреду.

Према томе, делатности које учествују у задовољењу туристичких потреба чине туризам као привредну делатност. За означавање туризма као привредне делатности се користе различити термини и дефиниције: „туристичка трговина“ (Tourist Trade), „туристичка индустрија“ (Tourist Industry), „путничка индустрија“ (Travel Industry) и други.

Према Унковићу и Зечевићу (2006), дефиниција енглеског аутора Lickorich –а је прихватљива као основа за дефинисање туризма као привредне делатности. Lickorich користи термин „путничка индустрија“ коју дефинише као „део националне економије која се брине о путнику који посећује места ван места у коме стално борави и ради. То је хетерогена група, састављена од великог броја различитих трговина и индустрија које имају заједничку функцију да задовоље потребе путника“ (Lickorich и Kershaw, 1958, стр. 2)

Као што је на почетку речено, туризам је само једна од привредних делатности, али и делатност која има своје специфичности по којима се разликује од других делатности. Као најзначајније *специфичности туризма* се најчешће издвајају следеће:

*1. хетерогена структура;*

2. специфичност карактера рада.
3. сезонски карактер пословања;
4. еластичност туристичке тражње;
5. нееластичност туристичке понуде.

Еластичност туристичке тражње и нееластичност туристичке понуде се разматрају као специфичности туристичког тржишта. Према Благојевићу, ту спадају још и сезоналност, инверзност туристичке тражње и истовременост пружања туристичке услуге с њиховом потрошњом. У наставку овог поглавља ће бити разматране специфичности хетерогене структуре туризма и специфичност карактера рада, са аспекта производности. У поглављу које ће бити посвећено туристичком тржишту биће разматране остале поменуте специфичности.

### ***3.1.1. Хетерогеност туризма***

Разноликост туристичких потреба (смештај, исхрана, превоз, забава, разонода...) изискује учешће различитих привредних и непривредних делатности у њиховом задовољавању. Туристичку привреду чине различите привредне и непривредне делатности (од којих неке у задовољењу туристичких потреба учествују целим својим пословањем, а неке само једним сегментом свог пословања):

- угоститељство (посебно хотелијерство),
- саобраћај,
- путничке агенције,
- трговина на мало,
- занатство,
- неке комуналне делатности,
- специфичне туристичке службе,
- музеји,
- галерије,
- туристичке, културне, спортске, привредне и друге манифестације односно организатори манифестација,
- разноврсне друштвене организације и удружења и други.

У литератури се делатности: угоститељство, саобраћај, туристичке и путничке агенције, трговина на мало, занатство и разне врсте комуналних делатности сматрају основом туристичке привредне делатности. Остале (од горе набројаних) делатности (као што су: културно-уметничке, спортске и друге активности, разне туристичке организације и службе и др.) се сврставају у непривредне делатности. Све ове делатности заједнички учествују у задовољењу потреба домаћих и страних туриста.