

АНАЛИЗА ТУРИСТИЧКОГ ПРОМЕТА У СРБИЈИ И ЊЕГОВ УТИЦАЈ НА ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ

Тамара Гајић¹, Анђелија Цигурски², Александра Драгин²

Резиме: Туризам је по многим својим карактеристикама и резултатима у свету обележио 20. век, а од своје појаве па до данас туризам прати и креира различите експанзивне друштвене и економске појаве. Велики број истраживања односи се на његове економске ефекте, који су заправо везани за његов раст и развој, организацију, управљање, пословно-предузетничке и техничко-технолошке аспекте и интерпретације. Економска природа туризма остала је темељна чињеница и данас када теоретичари све више испитују друштвене ефекте ове делатности. Место и улога туризма и угоститељства у економском развоју Србије је значајно питање које заслужује посебну пажњу и које представља предмет овог рада.

Циљ овог рада био је указати управо на ефекте туризма и угоститељства на националну привреду Србије. Изнети су подаци добијени истраживањем документације Републичког Завода за Статистику Србије, као и интерне документације одређених туристичко-угоститељских објеката. Резултати до којих се дошло указују да туризам има одређени утицај на развој привреде и економску стабилизацију, али да је тај ефекат још увек далеко од очекиваног или оног који је карактеристичан за друге туристички развијеније државе. Даље, у раду су на основу наведених проблема изнети и циљеви за експанзивнији развој ових услужних делатности.

Кључне речи: туризам, угоститељство, Србија, економски развој, стабилизација

¹ Др Тамара Гајић, Висока пословна школа струковних студија, Нови Сад, е-mail: gajic_tamara@yahoo.com

² Др Анђелија Ивков Цигурски, др Александра Драгин, Природно-математички факултет, Нови Сад. е-mail: ivkova@gmail.com, saska5geo@yahoo.com

Увод

Један од значајнијих функција туризма и угоститељства је дејство у економској области (Гајић, 2009). Мултипликативна функција туризма у економској области своди се на кретање средстава туристичко-угоститељске потрошње у разним гранама привреде. То је један континуиран процес између привреде и непривреде. Развој ових делатности може представљати један од начина извођења неразвијених подручја на праг привредне развијености (Бакић, 1997). Туризам и угоститељство би по својој природи и реалним могућностима могли да буду веома важан фактор будућег привредног развоја и економске стабилизације Србије. Развојем ових услужних делатности створиле би се могућности за опоравак свих привредних и непривредних делатности, затим развоја привредно заосталих подручја, као и стимулација запошљавања становништва у Србији. Критички разматрајући досадашњи развој туризма и угоститељства, може се рећи да није постојала оријентација ових делатности на међународно тржиште, бар не у толикој мери колико је изражен у другим гранама привреде, које су свакако водеће на овим просторима (Гајић, 2010). Туризам није никада играо примарну улогу у Србији, не посебно ако се упоређује са пољопривредом, индустријом и другим гранама. Заостајање у туристичком развоју изражено је током деведесетих година, када у другим деловима Европе туризам доживљава свој максимум. До такве ситуације довеле су неповољна политичка и самим тим економска ситуација, које су имале импликације на целокупну привреду Србије. Заправо су тих година до изражаја дошли сви дугорочно акумулирани проблеми. Јачање или слабљење туризма Србије на међународном тржишту зависи од динамике туристичке понуде и њеног квалитета у највећој мери (Благојевић, 2005).

Засигурно је тачна чињеница да уколико се желе путем туризма постићи позитивни резултати, он мора синхронизовано да обухвати друге делатности, са којима ће заједно пласирати комплетан туристичко-угоститељски производ. Највећи део тих услуга темељи се на репродукционом материјалу и опреми произведеним у другим привредним делатностима. Претпоставка је да треба улагати велике напоре да се произведе све што је потребно за туристичку потрошњу, наравно у право време и у потребном асортиману.

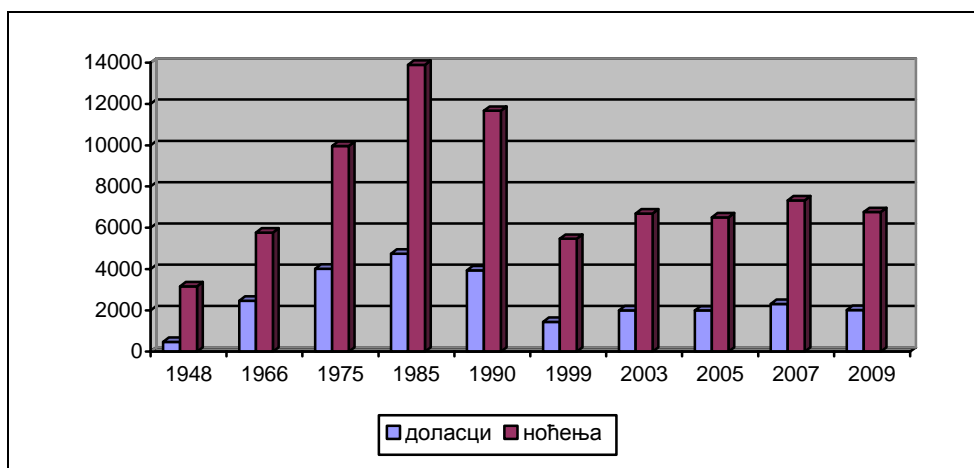
Анализа достигнутог степена туристичког и угоститељског промета у Србији уз осврт на актуелне проблеме

У тражењу решења која у врло сложеним економским односима државе могу имати прихватљив и реалан карактер, нужно се поставља питање: како у

рестриктивним условима економске политике, затим у општој нестабилности робних и куповних фондова, те уз ограничене могућности задуживања у иностранству осигурати туризму бар какве такве услове који би повећали његов економски значај, а тиме и конкурентску способност на међународном тржишту? Многи теоретичари истичу да је потребно, полазећи од основних циљева, концепција и пројекција развоја туризма, дати основне квантитативне и квалитативне елементе који ће уз остваривање битних друштвено-економских претпоставки омогућити остварење политике дугорочног развоја туризма (Nordin, 2005). Туризам Србије се налази у једној почетној фази свог развоја. Ово, заједно са већ потврђеном чињеницом да се туризам није налазио у кругу примарних области дејства економске политике Србије, онемогућава сагледавање његових стварних могућности (Бербер и др. 2010). Анализом односа будућег друштвено-економског развоја Србије, дошло се до закључка о постојању низа тачака њиховог непосредног додира. У питању је посебан облик квантитативно.-квалитативне повезаности, тачније обостране условљености, усклађености и релативне комплементарности. У суштини уочава се да су ефекти позитивни, подручје деловања је широко, а достигнути степен још далеко од оптималног. Једном покренут туристички циклус, независно од тога да ли га карактерише проста, проширена или чак умањена репродукција, осим што остварује основне циљеве туризма, истовремено изазива и многобројне ефекте у производној сфери (Bowen, 2000). Већ ја напоменуто да Србија никада није туризму придавала водећи значај, али се мора истаћи да упркос томе туризам ипак има одређену улогу у привредном развоју државе, што ће се показати статистичким подацима у наредним пасусима.

На основу података који су наведени у графикону 1, могуће је уочити да је број туриста растао до неких деведесетих година, када се након тога осети драстичан пад туристичких токова. Заправо су осамдесете године имале највећи учинак по питању оствареног туристичког промета. Разлог опадања туристичких кретања деведесетих је нестабилна економска и политичка ситуација која је захватила просторе бивше Југославије у чијем саставу је била и Србија (Ромелић и др. 2001). Без обзира што је туризам деведесетих стагнирао, најновији подаци указују на постепену оријентацију државе на развој туристичке делатности, управо из разлога мултипликативних ефеката туризма, тачније вишеструке користи и учинака коју доноси свим гранама привреде. Наиме, прве назнаке стабилнијег развоја туризма уочавају се већ од краја 2003. године са сталним трендом пораста броја учесника у туристичком кретању и оствареног ноћења.

Графикон 1. Туристички промет у Србији за период 1948-2009. године
Figure 1 Tourist traffic in Serbia for the period 1948-2009. year
(хиљ./thousands)



Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 1948-2009

Мора се истаћи да туристички токови у Србији у највећој мери зависе од домаћих туриста, међутим повећан број долазака иностраних туриста последњих година има низ узрока на које треба обратити пажњу у креирању туристичког производа у наредном периоду. Ако се та тенденција прати и ако се адекватно улаже у туризам, биће могуће адекватно одговорити новим туристичким захтевима. Значајно је указати да постоји велика разлика између потенцијалног и реално могућег обима, односно квалитета иностраног туристичког промета у Србији (Гајић, 2009). Ова разлика је последица координираног дејства ограничавајућих фактора, тачније два фактора: са једне стране, постојећа односно будућа регионална туристичка понуда Србије својим квантитативно-квалитативним особинама смањиваће тзв. абсорпциони потенцијал српског туризма. Са друге стране, очекиване промене на страни иностране туристичке тражње неће у блиској будућности утицати на измену, иначе ниског степена, њеног неподударња са регионалном туристичком понудом. Савремени туризам као масовна друштвено-економска појава има значајан утицај на друштвени и привредни развој Србије. Заправо је то једна полифункционална појава која генерише бројне друштвене и економске функције које се остварују на туристичком тржишту. Исходишна тачка за остваривање економских учинака туризма су његове економске функције које се огледају и у оствареном промету (Haulot, 1995).

Табела 1. Остварени туристички промет од 1992. до 2008. године
 Table 1 Achieved tourist traffic since 1992. by 2008. year

(хиљ.дин/thousand)

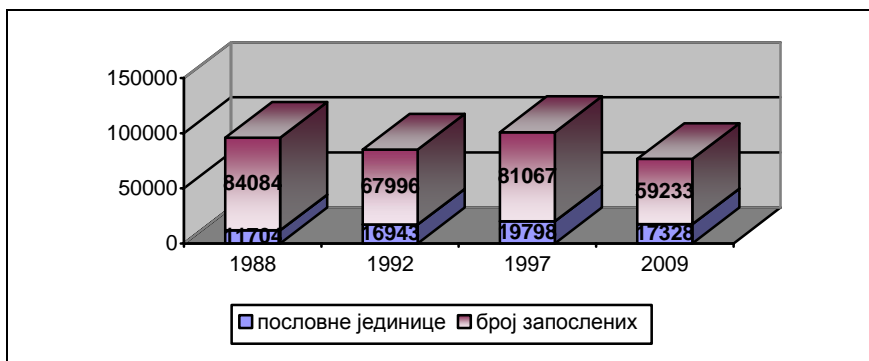
Година	Република Србија		
	укупно	Централна Србија	Војводина
1992	534437	410656	97602
1995	1490999	1139876	258398
1997	3220664	2426663	586541
2001	21669785	18249952	3419883
2002	26610839	22174767	4436072
2003	29733624	24969479	4764145
2004	32130393	27359488	4770905
2005	37641087	31683364	5957723
2006	42432870	35208769	7224101
2007	48271064	39885957	8385107
2008	53384299	43886549	9497750

Извор: Статистички годишњак Србије, 1992-2008

Може се закључити да је овај вид промета пратио развој туризма, где су наравно деведесете године бележиле управо најмање остварене приходе, а већ крајем 2003. године уочава се знатан пораст у овом погледу. Туризам и угоститељство постепено појачавају утицај и значај уопште у развоју целокупне привреде Србије. (табела 1)

Смештајни капацитети представљају један од најважнијих фактора туристичке понуде Србије и заједно са капацитетима за исхрану највише утичу на обим туристичког промета (Gajić, 2009). У периоду осамдесетих година у Србији је била изражена експанзивнија изградња смештајно-угоститељских објеката. Међутим, ниска туристичка активност која је била изражена у одређеном временском периоду, допринела је скромним резултатима пословања туристичке привреде што се одразило и на симболично инвестирање у туризам. Туризам је карактеристичан и по великом уделу живог рада у стварању и продаји туристичког производа, што му даје посебне предности у привредном развоју државе (Inskeep, 2004). Међутим, туризам је некада представљао један од сектора који је запошљавао знатно више радне снаге, него што је то данас случај. Тачније, најпроблематичнија претпоставка будућег туристичког развоја јесте везана за повећање броја запослених. На графикону 2. се може уочити да је од 1988. године па до данас број пословних јединица и запослених у туризму и угоститељству у опадању.

Графикон 2. Број пословних јединица и запослених у туристичко-угоститељским објектима у Србији (1988-2009)
Figure 2 Number of business units and employees in the tourist restaurants and hotels in Serbia (1988-2009)

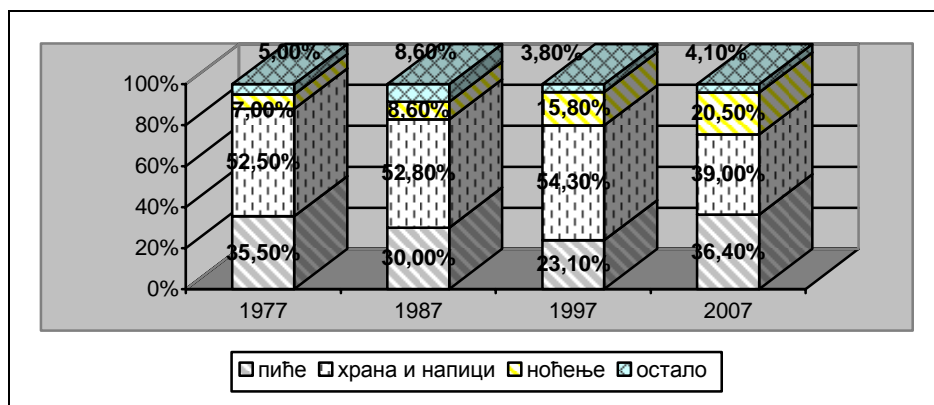


Извор: Статистички годишњак Србије, 1988-2009

Туристичка привреда је дошла у ситуацију да непрестано доказује своју економску оправданост (Група аутора, 1998). Истовремено се туристичка привреда налазила под притиском јаке конкуренције. Уз постојећи курс динара није могла формирати онакве продајне цене које би подносиле калкулације трошкова, обавеза и дохотка, будући да инострано тржиште не прихвата оно што диктира домаће тржиште. Уз то је и притисак домаћих потрошача на цене туристичко-угоститељских услуга деловао на све тежи економски положај туристичке привреде. У тим су условима високи трошкови изградње туристичких капацитета, повећани додатним трошковима за инфраструктуру, уз неадекватне услове финансирања те кретање цена репроматеријала и услуга укључених у туристичку потрошњу, деловали у правцу поступног опадања материјалне и кадровске супстанце туристичке привреде.

Да би се извршила анализа оствареног промета у Србији, потребно је сагледати и структуру промета у туризму и угоститељству. На основу статистичких података и интерне документације туристичко-угоститељских објеката може се уочити да је од периода 1977. године опадао промет у смислу потрошње на пиће, храну, али је растао број остварених ноћења. Више од 80% туристичке потрошње припада најразличитијим услугама, а тек мањи део материјалним добрима. Да би се осигурала максимална корист од туризма и остваривање свих његових потенцијала потребно је на нивоу државе створити климу и предуслове како би дошло до раста ове гране привреде.

Графикон 3. Структура промета
Figure 3 Turnover structure



Извор: Статистички годишњак Србије 1977-2007 и интерна документација објеката

Значајан обим размене и дубоко „продирање“ туризма, угоститељства, агроиндустријског комплекса и других сектора привреде у објективно постојећи заједнички циклус, од производње до коначног пласмана производа, мора пружати услове за јачу присутност и повезаност свих страна у том циклусу. Таква повезаност интереса садржи и богату могућност за успостављање њихових међусобних доходовних односа. Посебан аспект, који има велико макроекономско и микроекономско значење у тим односима јесте функција туризма као невидљивог извозника (Mathieson, 2006). Путем туризма се извезе готово једна трећина артикала, а при томе невидљиви извоз путем туризма остварује два до три пута повољније продајне цене него трговина, а да је при томе омогућен и уз нижи животни стандард (Hall, 2007).

Табела 2. Структура промета по врстама услуга*
Table 2 Structure of turnover by types of services

Врста објекта				
Година	1996	1997	2006	2007
Укупно	2809225	3220664	42433	48271
Хотели	738124	803250	16888	19669
Пансионери	12081	10287	330	459
Мотели	58130	62582	1307	1511
Преноћишта	18886	23026	675	1239
Туристичка насеља	37321	41853	154	124
Бањска места	91161	108996	1643	2491

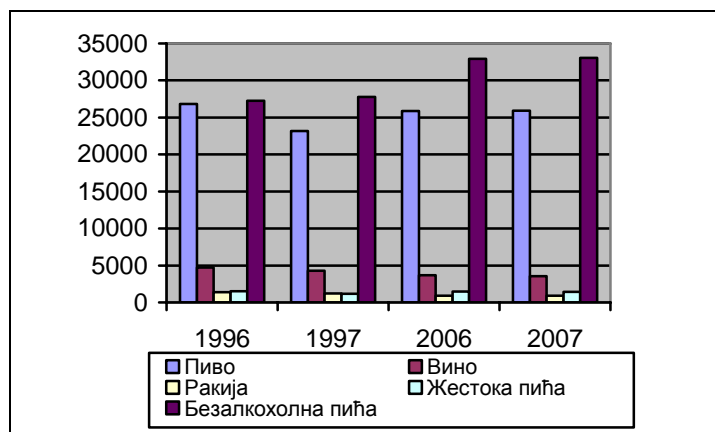
Дечија и омладинска одмаралишта	33632	37686	647	699
Кампови	1394	896	311	431
Ресторани класични, (експрес, студент.)	1098082	1173909	7550	8115
Гостионице и крчме	13100	11835		
Планинарски домови	1021	1137		
Кафане	166589	276170	3639	3926
Барови	36031	21219	3309	3600
Бифеи	135068	165153	3340	3531
Пицерије	-	-	881	1421
Посластичарнице (друштвена својина)	16863	22925		
Ћевабџинице	-	-	759	564
Остало	351742	359749	999	670
Врста услуге				
Укупно	2809225	3220664	42433	48271
Пиво	160620	189847	3437	3836
Вино	86432	99853	1562	1788
Ракија	73315	87361	1004	1111
Жестока пића	99452	107299	2221	2326
Воћни сокови (конц.)	12239	12481	340	412
Воћни сокови	73053	94687	1866	2174
Остала безалк.пића	122703	170799	2964	3569
Сода вода и мин. вода	50895	66221	1448	1671
Храна	1468610	1653717	14792	17033
Напици	132960	118584	2019	2002
Остали робни промет	15267	17629	218	301
Ноћења	419960	497348	9085	10532
Остали неробни про.	93719	104838	1477	1515

Извор: Статистички годишњак Србије, 1996-2007

* 1996-97 = хиљ. динара; 2006-07 = мил. РСД

Хотелски објекти бележе највећи остварени промет, али се опет напомиње да се ситуација мењала, тачније остварени промет је пратио развој целокупне економске ситуације која се одиграла у Србији, што наравно нужно повлачи закључак да је туристичко-угоститељски промет опадао. Зна се да раздобље 80-тих показује и нешто бољу ситуацију од данашњег периода, што је са једне стране одраз бољег пословања, смањеног инвестирања, али и боље политичке и економске ситуације. Са друге стране, то је ипак имало непожељне последице на квалитет услуга и на будући туристички промет, будући да и нужно квалитетно допуњавање туристичке понуде захтева значајна финансијска средства. (табела 2., граф. 4)

Графикон 4. Промет по врстама услуга (хиљ.лит.)
Figure 4 Turnover by type of service



Србија је дуго имала веома неповољан положај туризма и незнатан значај у националним размерама. На све то су утицали многобројни фактори попут: окружење Србије подручјима која не само да имају такође велику ресурсну основу, него и много повољнији политички и економски положај, затим суседне дестинације располажу много комплетнијом и квалитетнијом мрежом туристичког угоститељства и системом посредничких фактора са готово агресивним наступом у односу на туристичку тражњу, затим мора се истаћи оштра конкурентска борба на иностраном туристичком тржишту за коју туристичка привреда Србије није у потпуности спремна, затим непостојање адекватног програма развоја иностраног туризма као систематске туристичке политике у односу на њега, итд.

Ако се иде на то да туризам постане стратешко опредељење привредног развоја Србије, морају се тражити модели који ће ресурсе учинити расположивим по квантитету и квалитету, у складу са захтевима туристичке тражње. За укључивање Србије у светску туристичку понуду неопходно је превазилажење одређених проблема, са којима се суочава туристичка привреда Србије (Бакић, 1997). Изражен је проблем пратеће инфраструктуре, већег броја некатегорисаних објеката, непостојања система услуга према стандардима ИСО 9000 у циљу постизања брже и квалитетније услуге, хигијене и бољег односа према гостима.

Закључна разматрања

Улога туризма у привредном развоју Србије је у економској валоризацији бројних ресурса, генераторској и интегративној функцији у односу на друге делатности, девизном приливу, социјалним и демографским ефектима и сл. За успешно функционисање привреде битно је да у њеној структури постоји уравнотежен однос између више сектора, јер се на тај начин са својим карактеристикама и перформансама међусобно надопуњују. Туризам је као грана привреде у претходној деценији делио судбину укупне друштвено-економске стагнације и рецесије (Hawkins, 1990). Недовољна инфраструктурна опремљеност и инвестициона улагања, ниска привредна активност, све израженији социјални проблеми, неразвијена и неприлагођена трговинска мрежа, недовољна валоризованост природних, антропогених, материјалних и културних вредности, неадекватна привредна структура (неразграната мала привреда) успорили су развој националног туризма и туристичке активности. Временска серија индикатора броја туриста и ноћења указује на изузетно флукутирајући туристички промет током 90 - тих.

Основа развоја туристичко-угоститељског сектора у Србији су: повољна гео-туристичка позиција, постојећа ресурсна основа, заинтересованост иностраног и домаћег капитала за инвестирање у туризам и угоститељство, могућност структурирања и стандардизовања туристичког производа сагласно разноликим сегментима тражње и међународним стандардима, ценовна и неценовна конкурентност производа и услуга на туристичком тржишту, технолошко кадровска и друго унапређење пословања, постојаност тражње и њена усмереност ка распооживим ресурсима.

За излазак из овакве ситуације неопходно је свеобухватна стратегија развоја. Стартешке акције које треба спровести у наредном периоду у циљу формирања повољног развојног миљеа су: примена расположивих стимулативних и економских мера које могу подстаћи веће инвестирање у туризам, ефикасна оперативна заштита туристичког простора и ресурса, технолошко и кадровско снажење предузећа из ове делатности, туристичка, еколошка, културна едукација локалног становништва, изградња одговарајуће инфраструктуре итд. Најважнији ресурси на којима ће се градити стратегија развоја туризма су природни и привредни ресурси. Посебан значај у овој структури имају људски ресурси (Goodwin, 2007). Посебна пажња се треба усмерити на стратегију унапређења знања људских ресурса. Они су једини активни и мобилизирајући ресурс у односу на остале. Развој информационе технологије који даје подршку обједињавању, чувању и ширењу нових знања претпоставка је да се од појединачно неупотребљивих знања ствара економски значајан хумани капитал.

Мултипилативни ефекти туризма огледају се у подстицању развоја комплементарних сектора пре свега трговине, пољопривреде, саобраћаја и сл. У непривредним делатностима туризам је снажан генератор развоја спорта, културе и сл. Један од највећих доприноса реализације развоја туризма је могућност већег запошљавања, посебно ако се узму у обзир високе стопе незапослености на националном нивоу. Искуства развијених и земаља у развоју показују да туризам може да допринесе позитивном померању на скали економске неразвијености. У широком склопу циљева развојне политике туризма и угоститељства које треба уважавати истичу се (Гајић, 2009):

- равнотежа у међународним економским односима на бази ефикаснијег уклапања у међународну поделу рада,
- повећање запослености и равномернији регионални развој, где туризам налази своје посебно место,
- туризам може допринети остваривању наведених циљева и постати фактор стабилизације у држави,
- оптималне учинке туризам може остварити једино у тесној сарадњи са другим гранама привреде,
- на првом месту је потребно улагати у понуду, тачније потребно је стимулисати инвестиције у развој туристичке понуде у складу са захтевима тржишта.

Туризам треба да допринесе свеопштој стабилизацији даљег привредног раста, али не само то него и квалитета тог раста (Stipanuk, 2005). Квалитетне промене нису могуће без промена у изворима економског раста. Развој туризма осим што директно доприноси бржем привредном расту омогућава и квалитативне промене у другим секторима. Један од важних циљева туристичког развоја јесте повећање прихода из иностранства (Cheong, 1995). Значај иностраног туризма утолико је израженији што се наша привреда шире прилагођава условима светског тржишта, а ту наилази на бројне препреке које туризам савладава. Потребно је нагласити да постоје и ефекти мултипликативног карактера које изазивају нове инвестиције у развоју туризма и сами инострани приходи од туризма. Иницијалне инвестиције стварају нове дохотке који повећавају тражњу. Та потражња подстиче нове инвестиције, повећава производњу, нове дохотке итд. (Stephenson, 2007). Често се истичу ефекти развоја туризма на развој слабије развијених подручја. Они су видљиви на примерима досадашњег развоја туризма у свету. Међутим, у Србији укључивање слабије развијених подручја не садржи могућности развоја туризма у тој мери ко што је то у свету, јер

туризам пре свега, нема приоритетни значај у привредном развоју. Одлазак радно способног становништва са тих подручја и досадашња туристичка изградња која није водила рачуна о равномерној привредној стурктури, те смањена апсорпцијска могућност привреде тих подручја да прима нове инвестиције ограничава могућност туризма да да ефекте стабилизационој и развојној политици на пољу развоја слабије развијених подручја у Србији. Ова подручја захтевају истраживање економски рационалних могућности развоја, у којима туризам не може бити главни правац развоја.

Србија није туризму придавала огроман значај, али су реалне могућности, потребе и интерес за његов интензивнији развој на средњи, а нарочито на дужи ток. Полазну основу перспективног развоја Србије као туристичке дестинације чине фактори попут: потенцијална тражња на домаћем и делимично иностраном тржишту, постојање могућности за развој свих облика туристичких кретања, тачније регионална понуда која може задовољити тражњу, те наравно многобројне тачке непосредног додира и позитивног међуутицаја будућег модела српске привреде, друштва и туризма. Један од елемената предложене полазне основе перпсективног развоја туризма Србије је постојећа тражња која улази у ред детерминантни са стимулативним дејством.

Реално је за очекивати да ће се и у будућности наставити процес сталног проширивања друштвено-економских могућности туризма. Занемаривање ових чињеница и у будућем развоју значило би свесно одрицање од помоћи коју нам туризам реално може пружити у вези са остваривањем основних циљева и задатака стабилизације и друштвено-економског развоја Србије. Основни саставни делови циљева могу бити: даља изградња друштвено-економских односа, стабилно увећавање животног стандарда, интензификација привредних активности и измена привредне структуре, стабилизација привредних активности и већи степен организованости и пословно-техничке сарадње, већи степен запошљавања и повећање продуктивности рада, активније укључивање у међународну поделу рада, регионални развој и сл. Мрежа циљева туристичког развоја може и да се прикаже у широј форми: стварање општих услова за интензивнији развој; квантитативан преображај регионалне туристичке понуде, квалитативан преображај регионалне туристичке понуде; превазилажење постојеће неускалађености основних саставних делова савремене туристичке понуде Србије (разноврсног туристичког богатства добре опште туристичке вредности и релативно великог туристичког значаја и квантитативно-квалитативне повољне мрже комуникација у функцији туризма, са једне, и неодговорајуће материјалне основе туризма и сиромашне рецептиве, односно претежно неразвијених делова туристичке инфраструктуре, са друге стране);

квантитативно-квалитативни преображај његове мреже посредничких фактора, организационо уређење регионалне туристичке привреде Србије (конституисање и јачање три стуба туризма: туристичких привредних, друштвених и државних организама, разграничење њихових надлежности, дефинисање будуће пословне, друштвене и службене туристичке политике; припрема научно-планске подлоге за развој српског туризма (извршење детаљне економске рејонизације савремене туристичке понуде Србије; завршетак регионално-просторног плана за развој туризма; израда студија регионално просторног програма и припрема студија за поједине облике туризма који одговарају туристичким функцијама српског туризма.

Крајњи резултат извршења ових циљева требало би да буде испуњење једне од претпоставки за коначно формирање туристичке понуде односно општег туристичког производа Србије. Неопходно је приступити прилагођавању материјалне основе квантитативно-квалитативним особинама појединих облика туризма (подела рада, модернизација у туристичкој рецептиви, хотелијерству и ресторатерству, мрежи туристичких комуникација и осталим деловима туристичке супраструктуре; прилагођавање новоформиране кадровске основе потребама појединих облика туризма (специјализација, усавршавање по систему преманентног образовања); постављање туристичке привреде Србије на нове организационе основе (утврђивање носилаца развоја за поједине облике туризма, односно по појединим туристичким зонама, одговарајућа интеграција појединих саставних делова туристичке понуде односно њене укупности на микро и макро економском нивоу); заштита природе и културно-историјског богатства, специјализација новоформиране мреже посредничких фактора за поједине облике туризма, организовање систематског праћења (статистика), бележења и вредновања резултата туристичког промета – истраживања тржишта. Остварење групе циљева туристичке политике значиће квалитативну промену регионалне туристичке привреде Србије. Ради се о циљевима чије остварење треба да у српском туризму омогући конституисање, по квантитету и квалитету, одговарајућег броја „производних чинилаца“ туризма (људски рад, кадрове, средства рада туристичку рецептиву, комуникације туристичко богатство), да их заведе у оптималну комбинацију и законом омогући почетак, развој и унапређење туризма. Синтезом циљева туристичке политике долази се до крајњег циља развоја туризма – његовог конституисања као самосталног дела регионалне привреде Србије који се налази у функцији њених пропульзивних грана. Постоје претпоставке за експанзивнији развој туризма у будућности Србије. Основни показатељ за ово је реална чињеница да некада умртвљени стубови туризма показују знаке оживљавања..

Литература

1. Бакић, О., (1997); Србија на међународном туристичком тржишту, Нова трговина, бр.7, стр.8.
2. Berber, N., Gajić, T., Đorđević, M., (2010) Management and development possibilities for SPA Tourism in Serbia, *Journal of Tourism, Revista de Turism*, issue 9, 2010, pp, 30-38, Romania.
3. Благојевић, С., (2005); Подстицање развоја туристичке привреде, Туризам бр.9, ПМФ, Нови Сад, стр. 90-92
4. Cheong, R., (1995); *Tourism and Travel, Tourism Economy*, No. 16(6), pp.417-422.
5. Bowen, J., (2000); *The Interface Between Tourism and Agriculture, Journal of Rural Studies*, pp. 23-28.
6. Гајић, Т., (2010); Управљање развојем туризма Јужнобачког округа, ПМФ, Департман за туризам и хотелијерство, Нови Сад, докторска дисертација
7. Gajić, T., (2009); *Management of Tourist Demands, Offers and Sustainable Development of Rural Tourism, Academica Turistica II, Journal for Theory and Practice of Tourism, Portorož, Slovenija*, 1-2/2009, p.17-24,
8. Гајић, Т., (2009); Карактеристике развоја и утицаја туризма на привреду Војводине, *Економика пољопривреде*, 2/2009, стр. 303-319
9. Гајић, Т., (2010); Економско активирање људских ресурса у туризму, *Економика пољопривреде*, 1/2010, стр. 61-79
10. Гајић, Т., (2010); Туризам у функцији интензификације привредног развоја рецептивних и емитивних подручја – пример Јужнобачког округа, *Индустрија, Београд*, 3/2010, стр. 139-155
11. Goodwin, H., (2007); *Measuring and Reporting the Impact of Tourism Poverty, Developments in Tourism Research, Advances in Tourism Research Series, Elsevier*, pp.63-76, The Netherlands.
12. Група аутора (1998); Важнија питања иностраног туризма у Србији, Истраживачки пројекат „Туристички потенцијали Србије“, св.3, Одсек за туризмолошке науке, ПМФ, Београд.
13. Hall, С.М., (2007); *Tourism and Regional Competitiveness, Developments in Tourism Research, Advances in Tourism Research Series, Elsevier, The Netherlands*, pp. 217-233.
14. Hawkins, D., (1990); *Impact of tourism, Tourism Marketing and Management Handbook. Prentice Hall*, p. 219-222.
15. Haulot, A., (1995); *The economic and social value of tourism, Tourism Management*, 14(5), p. 392-396.

16. Inskip, E., (2004); National and Regional Tourism Planning. International Business Press, London
17. Mathieson, A., (2006); Economic, Physical and Social Impacts, Journal of Tourism Studies, 1(2), p.2-9.
18. Nordin, S., (2005); Tourism of Tomorrow, European Tourism Research, Ostersund.
19. Ромелић, Ј., Томка, Д., (2001), Утицај туристичких кретања на материјалну базу туризма у Србији, Туризам, ПМФ, Нови Сад, бр.5, стр. 96-98
20. Shafer, E., (1997); Tourism Economy Analysis, Tourism Management, 8(2), p. 179-182.
21. Stephenson, M., (2007); The Socio-Political Implications of Tourism, Developments in Tourism Research, Advances in Tourism Research Series, Elsevier, p. 171-184, The Netherlands.
22. Статистички годишњаци Србије, Републички завод за статистику
23. Stipanuk, D., (2005); Tourism and Economy, Tourism Management, p.267-278.

Примљено: 08.11.2010.

Одобрено: 07.06.2011.

ANALYSIS OF TOURIST TRAFFIC IN SERBIA AND ITS IMPACT ON ECONOMIC DEVELOPMENT

Tamara Gajić, Ph.D., Anđelija Džigurski², Ph.D., Aleksandra Dragin², Ph.D.,

¹ Higher School of Professional Business Studies, Novi Sad, Serbia

² Faculty of Sciences, University of Novi Sad, Serbia

Abstract

Tourism is by many of its features and performance in the world marked the 20th century, and from its appearance until today follows the tourism and creates an expansive variety of social and economic phenomena. A large number of studies related to its economic effects, which are actually related to its growth and development, organization, management, business and entrepreneurial and technical aspects and interpretation. The economic nature of tourism has remained a fundamental fact, and now that scholars are increasingly examining the social effects of this activity. The place and role of tourism and hospitality industry in the economic development of Serbia was an important issue that deserves special attention and that is the subject of this paper.

The aim of this study was to show precisely the effects of tourism and catering to the national economy of Serbia. There are data obtained by a research of documentation of Statistical Yearbook of the Republic of Serbia, as well as internal documentation of certain tourist and catering facilities. The results reached suggest that tourism has a particular impact on economic development and economic stabilization, but that this effect is still far more than expected or that which is characteristic of other developed nations coach. Further, the work on the basis of some problems and goals set out for expansive development of the service sector.

Keywords: tourism, hospitality, Serbia, economic development, the stabilization

Author's Address:

Dr Tamara Gajić
Visoka poslovna škola strukovnih studija
Vladinira Perića Valtera 4
21000 Novi Sad
e-mail: gajic_tamara@yahoo.com