

SATELITSKI RAČUN U TURIZMU I NJEGOVA PRIMENA U SRBIJI

By Slađana Vukasović



UNIVERZITET SINGIDUNUM

BEOGRAD

DEPARTMAN ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE I MEĐUNARODNU
SARADNJU

DOKTORSKA DISERTACIJA

**SATELITSKI RAČUN U TURIZMU I NJEGOVA
PRIMENA U SRBIJI**

Mentor:
Prof. dr Verka Jovanović

Kandidat:
Slađana Vukasović, master

Beograd, 2015.

Satelitski račun u turizmu i njegova primena u Srbiji

Apstrakt

Satelitski račun turizma (TSA) je metod merenja doprinosa turizma na privredu ustanovljen u međunarodnoj praksi. Služi donosiocima odluka, kreatorima politike i drugim turističkim institucijama da sagledaju stvarni ekonomski efekat turizma na privredu i u skladu sa tim donose odluke i dugoročne strategije u interesu zemlje. Pomoću TSA mogu se unaprediti postojeće mere za procenu turizma u privredi, planirati sve buduće aktivnosti u turizmu kao i poboljšati efikasnost u vođenju ekonomske politike zemlje.

Ključne reči: TSA

Tourism Satellite Account and its application in Serbia

Abstract

TSA (Tourism Satellite Account) is a method of measuring the contribution of tourism to the economy established in international practice. It is used by decision makers, policy makers and other tourism institutions to examine the actual economic impact of tourism on the economy and, in accordance with that, make decisions and long-term strategies in the interest of the country. TSA would improve existing measures for the assessment of tourism in the national economy and enhance efficiency in managing economic policy.

Key words: TSA

SATELITSKI RAČUN U TURIZMU I NJEGOVA PRIMENA U SRBIJI

SADRŽAJ

UVOD	12
I MESTO I ULOGA TURIZMA U PRIVREDNOM RAZVOJU	18
1.1. Razvoj savremenog turizma u svetu	19
1.1.1. Dugoročne prognoze razvoja turizma u svetu	24
1.2. Značaj turizma u nacionalnoj ekonomiji	25
1.2.1. Direktni i indirektni uticaj turizma na privredu	26
II SATELITSKI RAČUN TURIZMA KAO NAČIN OBRAČUNA EKONOMSKIH EFEKATA TURIZMA	33
2.1. Merenje ekonomskih efekata turizma	34
2.2. Definisanje satelitskog računa turizma	35
2.3. Metodološke osnove satelitskog računa turizma	36
2.3.1. UNWTO, OECD i EUROSTAT pristup	40
2.3.2. WTTC i OEF pristup	41
2.4. Ključni koncept i pojam satelitskog računa turizma	42
2.4.1. Turizam sa aspekta proizvodnje	42
2.4.2. Turizam sa aspekta potrošnje	44
2.4.2.1. Potrošnja posetilaca	46
2.4.3. Ekonomski agregati	49
2.5. Standardi i regulative koje propisuje TSA	50
2.6. Mesto satelitskih računa u sistemu nacionalnih računa	52
2.6.1. Input - Output tabele u međunarodnom sistemu nacionalnih računa (SNA)	54
2.7. Struktura tabela TSA i izvori podataka	56
2.7.1. Primarni izvori podataka	58
2.7.1.1. Izvori podataka bazirani na posetiocu ili na nivou domaćinstva	61
2.7.1.2. Izvori podataka bazirani na nivou delatnosti turizma	64
2.7.1.3. Ostali izvori	65
2.7.2. Sekundarni izvori podataka	66
2.7.3. Tabele satelitskog računa turizma	67
2.7.3.1. TSA Tabela1: Turistička potrošnja ostvarena od inostranih posetilaca	67
2.7.3.2. TSA Tabela2: Turistička potrošnja domaćeg turizma	70
2.7.3.3. TSA Tabela3: Turistička potrošnja domaćih putnika u inostranstvo	74
2.7.3.4. TSA Tabela4: Interna turistička potrošnja	76
2.7.3.5. TSA Tabela5: Proizvodni računi turističkih i drugih delatnosti	78
2.7.3.6. TSA Tabela6: Proizvodnja i potrošnja	81
2.7.3.7. TSA Tabela7: Zaposlenost u turizmu	84
2.7.3.8. TSA Tabela8: Bruto investicije u turizam	86
	4

2.7.3.9. TSA Tabela9: Kolektivna potrošnja turizma	88
2.7.3.10. TSA Tabela10:Kvantitativni (nemonetarni) pokazatelji	90
2.7.4. Izrada i uvođenje satelitskog računa turizma u okviru nacionalne ekonomije	93
III MOGUĆNOSTI I NEOPHODNOST PRIMENE SATELITSKOG RAČUNA U SRBIJI	96
3.1. Iskustva drugih zemalja u primeni satelitskog računa turizma	97
3.1.1. Iskustva u primeni TSA na prostorima bivše Jugoslavije	102
3.2. Stanje u obračunu turističkih pokazatelja u Srbiji	109
3.2.1. Istraživanje Republičkog zavoda za statistiku Srbije o dolascima i noćenjima	110
3.2.2. Istraživanje Republičkog zavoda za statistiku Srbije o turističkim agencijama	117
3.2.3. Istraživanje Narodne banke Srbije o deviznom prilivu i odlivu od turizma	119
3.3. Potrebna istraživanja i smernice za izradu TSA za Srbiju	120
3.3.1. Prilagođavanje postojećih izvora podataka za potrebe simuliranog TSA za Srbiju	128
3.4. Simulirani TSA za Srbiju i obračun agregata	132
3.4.1. Ekonomski pokazatelji doprinosa putovanja i turizma na privredu Srbije	133
3.4.2. Tabele simuliranog satelitskog računa turizma za Srbiju	134
3.4.2.1. TSA:Tabela1: Potrošnja ostvarena od inostranih posetilaca	135
3.4.2.2. TSA:Tabela2: Potrošnja domaćeg stanovništva u turizmu u Srbiji	139
3.4.2.3. TSA:Tabela3: Potrošnja domaćih putnika u inostranstvu	140
3.4.2.4. TSA:Tabela4: Ukupna potrošnja inostranih i domaćih posetilaca	142
3.4.2.5. TSA:Tabela5: Proizvodni računi turističkih i drugih delatnosti	144
3.4.2.6. TSA:Tabela6: Proizvodnja i potrošnja	148
3.4.2.6.1. Izračunavanje BDP-a koji se odnosi na turizam	153
3.4.2.7. TSA:Tabela7: Zaposlenost u turizmu	157
3.4.2.8. TSA:Tabela8: Investicije u turizam	161
3.4.2.9. TSA:Tabela9: Kolektivna potrošnja turizma	164
3.4.2.10. TSA:Tabela10:Nemonetarni indikatori	167
3.5. Istraživanje o satelitskom računu u turizmu i njegovoj primeni u Srbiji	169
3.5.1. Metodologija istraživanja	169
3.5.1.1. Varijable	159
3.5.1.2. Instrumenti	172
3.5.1.3. Obrada podataka	172
3.5.2. Karakteristike uzorka	172
3.5.3. Rezultati istraživanja	177

IV SATELITSKI RAČUN TURIZMA KAO PODLOGA EKONOMSKE POLITIKE	
OGRANIČENJA I PROŠIRENJE NA DRUGE MODELE	193
4.1. TSA i uticaj turizma na ekonomsku politiku	194
4.2. Interesi donosioca odluka u turizmu	197
4.3. TSA kao sredstvo za benčmarking analizu	199
4.4. Nedostaci u statističkom merenju efekata turizma i problemi u praktičnoj primeni TSA	202
4.5. Ograničenja TSA modela i proširenje na druge alate makroekonomske analize	203
4.5.1. Matrica društvenog računovodstva (Social Accounting Matrix- SAM)	207
4.5.2. Model opšte ravnoteže (Computable General Equilibrium Model – CGE)	211
4.6. Budući razvoj satelitskog računa turizma	214
ZAKLJUČAK	215
LITERATURA	219
PRILOG: ANKETA	228

LISTA GRAFIKA, TABELA I SLIKA

Naziv grafika	Predstavljeno	Str.
Grafik br.1-1.	Korelacija između ostvarenih međunarodnih dolazaka i prihoda od turizma	22
Grafik br.3-1.	Prosečna dužina boravka turista u Srbiji, 2008-2012 (noćenja)	112
Grafik br.3-2.	Mesečni dolasci turista, 2011. godina	114
Grafik br.3-3.	Kretanje deviznog priliva i odliva od turizma u Srbiji (od 2007. do 2013. godine)	120
Grafik br.3-4.	Racio putovanja i turizma	128
Grafik br.3-5.	Ukupni doprinos putovanja i turizma BDP-u Srbije u 2013. godini	132
Grafik br.3-6.	Potrošnja stranih posetilaca i međunarodni turistički dolasci	138
Grafik br.3-7.	Udeo industrije turizma u ukupnom output-u u Srbiji, 2011. godine	153
Grafik br.3-8.	Direktni doprinos putovanja i turizma BDP-u Srbije po godinama	156
Grafik br.3-9.	Ukupni doprinos turizma i putovanja BDP-u Srbije po godinama	157
Grafik br.3-10.	Direktni doprinos turizma i putovanja na zaposlenost u Srbiji	160
Grafik br.3-11.	Ukupni doprinos turizma i putovanja na zaposlenost u Srbiji	160
Grafik br.3-12.	Struktura ulaganja u putovanja i turizam u Srbiji 2011. godine (u milrd. dinara)	163
Grafik br.3-13.	Investicije kapitala u turizam i putovanja u Srbiji	164
Grafik br.3-14.	Struktura državne potrošnje u turizmu u Srbiji u 2011. godini	166
Grafik br.3-15.	Struktura uzorka na kome je sprovedeno istraživanje	175
Grafik br.3-16.	Stav zaposlenih u turizmu i srodnim delatnostima prema uticaju turizma na privredu Srbije	177
Grafik br.3-17.	Stav zaposlenih u turizmu i drugim delatnostima o dostignutom nivou razvoja turizma u Srbiji	178
Grafik br.3-18.	Stav zaposlenih u turizmu i ostalim delatnostima o budućnosti turizma u Srbiji	179
Grafik br.3-19.	Upoznatost sa satelitskim računom turizma	180
Grafik br.3-20.	Informisanost sa metodologijom izrade TSA	182
Grafik br.3-21.	Upoznatost sa simuliranim satelitskim računom u Srbiji	184
Grafik br.3-22.	Potrebe za satelitskim računom u Srbiji	185
Grafik br.3-23.	Postojanje preduslova za uvođenje TSA	186
Grafik br.3-24.	Prepreke za uvođenje TSA	187
Grafik br.3-25.	Najveća prepreka za uvođenje TSA	187
Grafik br.3-26.	Neophodnost uvođenja TSA u Srbiji	188
Grafik br.3-27.	Poznavanje alternativnih načina merenja uticaja turizma na privredu	189
Grafik br.3-28.	Doprinos TSA	190
Grafik br.3-29.	Efekti TSA	191
Grafik br.4-1.	Procentualni udeo po sektorima od ukupnog BDP-a u Srbiji u 2011. godini	200
Grafik br.4-2.	Zaposlenost po sektorima u Srbiji za 2011. godinu (% od ukupne zaposlenosti)	201

103 y slike	Predstavljeno	Str.
Slika br.2-1	Klasifikacija proizvoda	43
103 br.2-2	Komponente potrošnje posetilaca	46
Slika br.2-3	Tabele satelitskog računa turizma	58
Slika br.2-4.	Veze između potrošnje i proizvodnje	208
Slika br.4-1.	Struktura matrice društvenog računovodstva (SAM)	
Naziv tabele	Predstavljeno	Str.
Tabela br.1-1.	Ostvareni dolasci i prihodi u međunarodnom turizmu	20
Tabela br.1-2.	Stopa rasta po regionima u odnosu na prethodnu godinu	24
Tabela br.1-3.	Poređenje direktnog, indirektnog i ukupnog doprinosa turizma BDP-u (%)	28
Tabela br.1-4.	Udeo turizma u ukupnoj zaposlenosti u vodećih 20 država za 2012. godinu	29
Tabela br.1-5.	Pregled strukture turističke potrošnje u Srbiji za 2011. godinu	31
Tabela br.2-1.	Oblici turizma i kategorije turističke potrošnje	48
Tabela br.2-2.	TSA RMF Tabela br.1 – Potrošnja dolaznog turizma (inostranih posetilaca)	68
Tabela br.2-3.	TSA RMF Tabela br.2 - Turistička potrošnja u okviru domaćeg turizma	71
Tabela br.2-4.	TSA RMF Tabela br.3 - Potrošnja domaćih putnika u inostranstvo	75
Tabela br.2-5.	TSA RMF Tabela br.4 - Potrošnja unutrašnjeg turizma	77
Tabela br.2-6.	TSA RMF Tabela br.5 - Proizvodni računi u turizmu i ostalim industrijama	80
Tabela br.2-7.	TSA RMF Tabela br.6 - Proizvodnja i potrošnja	83
Tabela br.2-8.	TSA RMF Tabela br.7 - Zaposlenost u turizmu	85
Tabela br.2-9.	TSA RMF Tabela br.8 - Bruto investicije u turizam	87
Tabela br.2-10.	TSA RMF Tabela br.9 - Kolektivna potrošnja u turizmu	89
Tabela br.2-11a.	Br. putovanja i noćenja po vrsti turizma i kategoriji posetilaca	91
Tabela br.2-11b.	Dolazni turizam: Br. dolazaka i noćenja prema načinu prevoza	91
Tabela br.2-11c.	Br. ustanova i kapaciteti	92
Tabela br.2-11d.	Br. ustanova u aktivnostima koje su karakteristične i vezane za turizam klasifikovane prema broju zaposlenih	92
Tabela br.3-1.	Direktni doprinos putovanja i turizma BDP-u, na prostoru bivše Jugoslavije	106
Tabela br.3-2.	Ukupni doprinos putovanja i turizma BDP-u na prostoru bivše Jugoslavije	107
Tabela br.3-3.	Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista po godinama u Srbiji	111
Tabela br.3-4.	Dolasci turista mesečno po mestima boravka (u procentima) u 2011. godini	113
Tabela br.3-5.	Ukupni dolasci i noćenja po vodećim gradovima u Srbiji, 2008-2012	114
Tabela br.3-6.	Dolasci po planinskim odmaralištima, 2008-2012	115
Tabela br.3-7.	Dolasci i noćenja u banjama, 2008-2012	116
Tabela br.3-8.	Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista u aranžmanu domaćih turističkih agencija po zemljama putovanja za 2011. godinu	118
Tabela br.3-9.	Devizni priliv i odliv od turizma od 2007-2013. godine u hiljadama dolara	119

60		
Tabela br.3-10	Lista podataka potrebnih za izradu TSA za Srbiju (2011.)	121
Tabela br.3-11.	TSA Tabela 1:Potrošnja stranih turista po proizvodnima u Srbiji za 2011. godinu	137
Tabela br.3-12.	TSA Tabela 2: Potrošnja na turističkim putovanjima domaćeg stanovništva u Srbiji u 2011. godini	139
Tabela br.3-13.	TSA Tabela 3: Potrošnja domaćih putnika u inostranstvu prema proizvodima u 2011. godini	141
60		
Tabela br.3-14.	TSA Tabela 4: Potrošnja unutrašnjeg turizma po proizvodima u 2011. godini	143
60 el a br.3-15.	TSA Tabela 5: Proizvodni računi turističkih i drugih delatnosti u 2011.godini	145
Tabela br.3-16.	TSA Tabela 6: Domaća ponuda i potrošnja turizma za Srbiju u 2011. godini	149
60 el a br.3-17.	TSA Tabela 7: Zaposlenost u turizmu u 2011. godini za Srbiju	158
Tabela br.3-18.	TSA Tabela 8: Formiranje bruto fiksnog kapitala u 2011. godini za Srbiju	162
Tabela br.3-19.	TSA Tabela 9: Kolektivna potrošnja turizma u 2011. godini u Srbiji	165
Tabela br.3-20a.	Broj putovanja i noćenja prema tipu turizma i kategorijama posetilaca	167
Tabela br.3-20b.	Broj i kapaciteti smeštajnih objekata prema tipu	168
Tabela br.3-21.	Struktura uzorka na kome je sprovedeno istraživanje	174
Tabela br.3-22.	Lista organizacija koje su učestvovala u istraživanju	176
Tabela br.3-23.	Razlike u stavu zaposlenih u turizmu i drugim delatnostima o dostignutom nivou razvoja turizma u Srbiji	179
Tabela br.3-24.	ANOVA	179
Tabela br.3-25.	Razlike u pogledu obaveštenosti o satelitskim računom turizma s obzirom na region, godine starosti, radni staž i tip organizacije	181
Tabela br.3-26.	Informisanost sa metodologijom izrade satelitskog računa kod onih koji su čuli za satelitski račun u turizmu	183
Tabela br.3-27.	Informisanost s metodologijom izrade TSA prema strukturi organizacije	183
Tabela br.3-28.	Doprinosi TSA (prosečna vrednost na skali)	190
Tabela br.3-29.	Efekti TSA (prosečna vrednost na skali)	192
Tabela br.4-1.	Poređenje karakteristika I-O modela, SAM, model opšte ravnoteže	212

SKRAĆENICE I AKRONIMI

- BEA** - Bureau of Economic Analysis (Biro za ekonomsku analizu)
BP - Bilans plaćanja
BDP - Bruto domaći proizvod
CB - Central Bank (Centralna banka)
CGE - Computable general equilibrium (model opšte ravnoteže)
CP - Characteristic Products (Karakteristični proizvodi)
CPA - Classification of Products by Activity (Klasifikacija proizvoda prema aktivnosti)
CPC - United Nation's Central Product Classification (Centralna klasifikacija proizvoda Ujedinjenih nacija)
DBDPT - Direktni bruto domaći proizvod turizma
DTS - Directive on Tourism Statistics EU (Direktiva o statistici turizma EU)
DVTD - Dodata vrednost turističkih delatnosti
DBDVT - Direktna bruto dodata vrednost turizma
EIM - European Implementation Manual (Uputstvo Evropske implementacije)
ESA - European System of Accounts (Evropski sistem računa)
EU - European Union (Evropska Unija)
EUROSTAT - Statistical office of the European communities (Kancelariju za statistiku Evropskih zajednica)
IMF - International Monetary Fund (Međunarodni monetarni fond MMF)
I-O - Input - Output
NA - National accounts (Nacionalni računi)
NACE - Nomenclature d'activite de communities Europeen (Nomenklatura aktivnosti Evropske Zajednice)
NIPA - National Income and Production Accounts (Nacionalni prihod i obračuni proizvodnje)
NTA - National Tourist Administration (Državna turistička administracija)
NTSO - National Tourism Organisation (Nacionalna turistička organizacija)
OECD - Organisation of Economic Cooperation and Development (Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj)
OEF - Oxford Economic Forecasting (Oksford ekonomsko predviđanje)
RMF - Recommended Methodological Framework (Preporučeni metodološki okvir)
RZS - Republički zavod za statistiku
SAM - Social Accounting Matrix (Matrica društvenog računovodstva)
SBS - Structural Business Statistics (Strukturalne poslovne statistike)
SNA - system of nacional accounts (sistem nacionalnih računa)
STS - Sistem of Tourism statistics (Sistem turističkih statistika)
SUT - Supply Use Tables (Tabela upotreba dobara i usluga)
TEA - Tourism economic account (Ekonomski račun turizma)

Classification of all Economic Activities (Međunarodna standardna industrijska klasifikacija svih ekonomskih delatnosti u okviru Ujedinjenih nacija)

TSA - Tourism satellite account (Satelitski obračun turizma)

UN - United Nations (Ujedinjene Nacije)

35 *WTO - World tourist organisation (Svetska turistička organizacija)*

USAID - United States Agency for International Development (Agencija Sjedinjenih Država za međunarodni razvoj)

WEFA- Wharton Econometric Forecasting Associates (Kancelarija za ekonometrijsko predviđanje)

WIFO -The Austrian Institute of Economic Research (Austrijski ekonomski institut)

WTTC – The World Travel and Tourism council (Svetska organizacija za putovanje i turizam)

UVOD

Turizam je privredna delatnost koja daje snažan podsticaj globalnom privrednom razvoju. Poslednjih godina postao je važan izvor prihoda i ekonomskog rasta, posebno u zemljama u razvoju.

Satelitski račun turizma (TSA) je statistički instrument za merenje obima (efekata i uticaja) turizma na ekonomiju zemlje u skladu sa međunarodnim standardima i konceptima, koji omogućavaju poređenja na nacionalnom i međunarodnom nivou na konzistentan način. Centralna baza podataka je sistem nacionalnih računa i statistika koja se odnosi na potrošnju posetilaca u turizmu.

TSA predstavlja koncepciju za razumevanje turizma iz makroekonomske perspektive.¹ Razvoj satelitskog računa turizma omogućava da turizam bude precizno izmeren i uporediv sa drugim privrednim delatnostima. Rezultati TSA dobijeni korišćenjem zvanične metodologije (TSA:RMF 2008)² će obezbediti bolje razumevanje veličine i vrednosti turističke delatnosti, bazirane na podacima koje je moguće upoređivati na međunarodnom nivou.

TSA je prvi put promovisan u Vankuveru na konferenciji Svetske turističke organizacije (UNWTO) maja 2001. godine i objavljen kao preporučeni metodološki okvir (TSA:RMF).³ Četiri međunarodne organizacije su predstavile i prihvatile metodologiju: Ujedinjene Nacije - Sektor za statistiku (UNSD), Statistički zavod evropske unije (EUROSTAT), Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) i Svetska turistička organizacija (UNWTO).

Zaključci izvedeni na konferenciji koja je održana u Vankuveru maja 2001. prepoznali su činjenicu da je "TSA međunarodni standard za merenje direktnih ekonomskih efekata turizma u okviru ekonomije u odnosu na druge industrije i druge ekonomije".⁴

Preporuke sa Vankuverske konferencije imaju za cilj da obezbede metodološki okvir koji zemlje mogu koristiti za izradu sopstvenog TSA, a širem smislu trebalo bi da dozvole veću mogućnost upoređivanja na međunarodnom nivou u okviru statistika turizma. Preporučena metodologija TSA obezbeđuje osnovnu koncepcijsku konzistentnost sa drugim statističkim

¹ United Nations. (2008). *International Recommendation for Tourism Statistics*, department of Economics and social affairs, Series M No. 83/Rev.1, str. 70.

² RMF: 2008 *Recommended methodological framework* - Preporučena metodologija koja se koristi pri implementaciji TSA.

³ UNWTO - *United Nations World Tourism Organisation* - ranije poznata kao WTO - ime je promenjeno 2005. godine.

⁴ UNWTO, UNSD, EUROSTAT, OECD: *Recommended Methodological Framework 2008 Tourism Satellite Account (TSA:RMF 2008)* str. 6-8.

okvirima, kao što su sistem nacionalnih računa (*SNA- Sistem of Nacional Accounts*) i bilans plaćanja.³

Satelitski račun je prateći račun sistema nacionalnih računa SNA koji omogućava razumevanje veličine i uloge ekonomske aktivnosti koja se može izračunati iz tih računa. Na primer, sistem nacionalnih računa neće razlikovati kupovnu dnevnih novina koje je obavio lokalni stanovnik od turista, ali u okviru TSA ove kupovne grupe su razdvojene.⁴

Takođe je Svetski savet za putovanja i turizam (*WTTC- World Travel & Tourism Council*) u svojim istraživanjima radio na primeni buhvatnog TSA-a koji obuhvata direktne indirektne i indukovane efekte turizma na privredu. WTTC koristi međunarodno dostupne izvore podataka, istu metodologiju satelitskog računa turizma za sve zemlje, kao i sve osnovne pretpostavke kroz isti sistem modela.⁵

TSA obezbeđuje makroekonomske agregate koji služe da izmere veličinu i ekonomski značaj turizma, kao što su dodata vrednost turizma, bruto domaći proizvod turizma. Ovi agregati su potpuno u skladu sa agregatima koji se koriste za privredu u celini. Pored toga, obezbeđeni su i detaljni podaci o potrošnji posetilaca i kako je ova potrošnja zadovoljena iz domaće ponude. Ovi podaci su direktno izvedeni iz tabela ponude i korišćenja nacionalnih računa. Kompletan TSA sadrži detaljne proizvodne obračune turizma i njihove veze sa drugim delatnostima, izračunava zaposlenost u turizmu, investiranje kapitala u turizam, kolektivnu potrošnju i druge ne monetarne pokazatelje.

Stepen istraženosti problema u svetu i kod nas

TSA koristi univerzalne i interno konzistentne okvire modela i generiše usaglašene rezultate i predviđanja. UNWTO prikazuje TSA istraživanja za više od 70 zemalja⁶, a WTTC godišnje objavljuje TSA za 184 zemlje širom sveta.⁷

³ **31** *System of National Accounts* (sistem nacionalnih računa)

⁴ European Commission. (2004) *The European tourism industry. A multi-sector with dynamic markets, Structures, development and importance for Europe's economy* str 14.

⁵ WTTC (2013) *Methodology for producing the 2013 WTTC / Oxford Economics Travel & Tourism Economic Impact Research*.

⁶ Frechtling D. (2010) *The Tourism satellite Account A Primer*. Annals of Tourism Research. Vol. 37, No. 1, The George Washington University str 140

⁷ UNWTO. (2010) *TSA data around the World, Worldwide summary*, Madrid, i <http://www.wttc.org/research/>

U našem okruženju i šire se TSA već uveliko primenjuje, pa tako postoji u Sloveniji, Hrvatskoj, Austriji, Francuskoj, Italiji. Hrvatska je razvila eksperimentalni TSA 2008.godine, a oktobru 2014. godine Institut za turizam je razvio prvi satelitski račun turizma sa podacima iz 2011. godine.⁸ Agencija Sjedinjenih Država za međunarodni razvoj (USAID) je kroz misiju tehničke pomoći i elaboraciju satelitskog računa turizma 2006. godine pokušala dati preporuke kako bi se što pre razvili satelitski računi turizma u Bosni i Hercegovini, Crna Gora radi intenzivno na razvijanju satelitskih računa u turizmu, tako je 2009. sprovedeno prvo pilot istraživanje kada su dobijeni prvi eksperimentalni rezultati. U Srbiji su WTTC (*World Travel and Tourism Council*) i Oksford Economics predstavili simulirane procene satelitskih računa turizma 2013. godine.⁹

U zemljama sa razvijenim statistikama u turizmu, projekat satelitskog računa turizma može da se brže prilagodi razvoju u statističkom sistemu turizma i sistemu nacionalnih računa. U slučaju zemalja koje nemaju razvijene statistike turizma, proces treba da se razvija od najranijih faza, što je slučaj u Srbijom. Nacionalni računi i satelitski račun turizma kao njihov sastavni deo treba da budu temelj za donošenje kvalitetnih odluka o budućem razvoju turizma.

Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je temeljno upoznavanje i analiza satelitskog računa turizma kao i mogućnost njegove primene u Srbiji. Zasnovana je na međunarodnoj metodologiji TSA (RMF:2008), konceptima, strukturama i potrebnim tabelama koje se koriste u izradi satelitskog računa turizma.¹⁰ Konceptija teze sadrži potrebne polazne osnove kao i izvore podataka koji će se koristiti u analizi prilikom izrade TSA. Da bi se sagledali svi kvantitativni aspekti u cilju dobijanja što preciznijih podataka u turizmu detaljno su analizirane strukture satelitskih računa.

⁸ Institut za turizam (2014.), *Turistička satelitska bilanca-izravni i neizravni učinci turizma u RH*

⁹ WTTC (2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*, Turististička organizacija Srbije i www.srbija.travel

¹⁰ *rostat RMF:2008 Recommended methodological framework*
<http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/tourism/manual.html>

Osnovni ciljevi rada

Cilj rada je da se razvoj i primena metodologije TSA, merenjem učinka od turizma u privredi Srbije, omogući odgovarajuća uporedivost na nacionalnom i međunarodnom nivou. Satelitski račun turizma obezbeđuje neophodne informacije pomoću kojih različiti akteri u turističkoj delatnosti donose odluke koje su od izuzetnog značaja za ekonomiju i njen budući razvoj. Pokazatelji koji proizilaze iz TSA se sve više koriste kao ciljevi nacionalnih turističkih politika i dugoročnih strategija. TSA može pomoći donosiocima odluka u strateškim izborima, pomažući im da razumeju veličinu i značaj turizma.

Takođe, cilj je da se obrazloži koja su istraživanja i izvori podataka neophodni da bi se izradio i primenio satelitski račun turizma. Ovaj cilj podrazumeva i analizu sopstvenog istraživanja o mogućnostima primene i uvođenja TSA u Srbiji.

Glavna i pomoćne hipoteze

Glavna hipoteza na kojoj je zasnovana izrada disertacije je da će se primenom TSA postići preciznost u izračunavanju turizma u ukupnoj privredi zemlje. Istovremeno time bi se unapredila statistika istraživanja turizma Srbije u skladu sa međunarodnim standardima i metodologijom satelitskog računa turizma.

Pomoćne hipoteze su:

1. Turizam ima značajan uticaj na privredu svake zemlje i na ostale elemente života i rada ljudi u njoj. Ti uticaji često su teško vidljivi i još teže merljivi.
2. Razvijenom metodologijom mogu da se prevaziđu problemi praćenja i utvrđivanja ekonomskih i društvenih efekata turizma što su pokazala ranija iskustva međunarodnih organizacija.
3. Srbija sa svojim raspoloživim potencijalima ima realne izgleda da u narednim godinama značajnije razvija turističku ponudu i da od toga očekuje značajne efekte. Stoga bi razvoj i primena međunarodne metodologije TSA u budućim godinama predstavljala značajanu osnovu za precizno izračunavanje doprinosa turizma u nacionalnoj ekonomiji.

Metodi istraživanja

Shodno izabranoj temi, definisanim ciljevima istraživanja i postavljenim naučnim hipotezama, u disertaciji je korišćeno više istraživačkih metoda. Primijenjene su standardne metode kvantitativne analize kao što su: metod *komparativne statističke analize*, *matematički metod*, *metod sinteze* analiziranih i prikupljenih podataka radi kreiranja jedne jasne i smislene celine. Korišćena je i *deskriptivna metoda*, *deduktivna metoda*, *induktivna metoda* i *metoda kompilacije* koja je korišćena prilikom objašnjavanja metodologije koja se koristi u izradi TSA.

Istraživanje se zasniva na informacijama i statističkim podacima koji su prikupljeni iz brojnih izvora, statističkih publikacija, knjiga, stručnih časopisa i interneta. Empirijska analiza se bazira na primarnim ali i sekundarnim izvorima podataka domaćih i stranih institucija (Republičkog zavoda za statistiku - RZS, Statističkog zavoda Evropske unije- EUROSTAT-a, Svetske turističke organizacije - UNWTO, Svetskog saveta za putovanja i turizam WTTC, Ujedinjenih nacija -sektora za statistiku (UNSD), Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj, Oxford Economics-a i drugih). Takođe prilikom sprovedenog sopstvenog istraživanja o potrebama i mogućnostima uvođenja TSA u Srbiji korišćen je metod ankete, metod statističke analize i sinteze.

1. MESTO I ULOGA TURIZMA U PRIVREDNOM RAZVOJU

1.1. Razvoj savremenog turizma u svetu

Turizam kao fenomen kako prošlog tako i ovog veka, je delatnost koja je poprimila globalne dimenzije. Osnovna karakteristika turizma je njegov konstantni rast i povećanje potreba stanovništva za putovanjima. Imajući u vidu da se turističke potrebe stalno proširuju, da turistička tražnja nije lako predvidljiva i da u tome učestvuju mnogobrojni subjekti, još uvek se traga za utvrđivanjem kriterijuma i standarda koji afirmišu savremenu turističku ponudu i izgradnju turističkog tržišta u svetu. Turističko tržište prati izraženost specifične tražnje, pojava novih destinacija, novih preduzeća, aktera, atrakcija ali i pojava pozitivnih i negativnih efekata na lokalne i globalne procese na polju turizma.¹¹

Prema istraživanjima, tendencije razvoja međunarodnog turizma od 1950. godine do 2000. godine pokazuju da međunarodni turizam odlikuje dinamičan razvoj u odnosu na druge delove privrede. On danas dostiže 1087 miliona međunarodnih dolazaka što je predstavljeno u Tabli br.1-1. Godine 1950. u svetskom turizmu je učestvovalo svega 25,28 miliona turista pri čemu je njihova potrošnja iznosila 2,1 milijardi dolara, a 2000. godine broj stranih turista iznosio je 687,3 miliona pri čemu su oni generisali potrošnju od 475 milijardi dolara. U ovom periodu od 50 godina prosečna godišnja stopa rasta turističkog prometa iznosila 5,6%, odnosno 11,4% turističke potrošnje. Ovaj period je značajan i po konstantnom godišnjem rastu međunarodnog turizma, sa izuzetkom 1982. godine kada je turistički promet bio manji za samo 0,36% a turistička potrošnja za 6,09% u odnosu na prethodnu godinu. Stagnacija je zabeležena i u 1983. godini sa blagim rastom broja turista od 1,23% i turističke potrošnje od 1,55%. Ova dvogodišnja stagnacija je bila uslovljena blažom ekonomskom recesijom u nekim nerazvijenim zemljama u svetu, ali nije bitnije uticala na povoljnu tendenciju rasta međunarodnog turizma.¹²

U obuhvaćenom periodu od pedeset godina razvoj međunarodnog turizma bio je usklađen sa razvojem svetske privrede i promenama životnog standarda stanovništva. Tako se turizam brže razvijao od svetske ekonomije i životnog standarda, pri čemu su na brži razvoj turizma uticali brojni faktori kao što su: brži razvoj stepena urbanizacije i motorizacije u razvijenim zemljama na strani turističke tražnje kao i veliko angažovanje države i krupnog kapitala u turističkim zemljama sa ciljem bržeg razvoja turističke privrede. Kad je reč o delovanju faktora vanekonomske prirode, onda se vidi da su u obuhvaćenom pedesetogodišnjem periodu oni najizrazitije delovali na međunarodni turizam 1968. godine kada je zabeležena blaža stagnacija međunarodnog turizma kao posledica nastalih ratnih sukoba na Srednjem istoku 1967. godine.

¹¹ Jovanović V. (2015) Tematski turizam. Univerzitet Singidunum Beograd, str.14-15.

¹² Unković, S., Zečević, B. (2009) *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekonomski fakultet Beograd, str.11-12. i Marković, S. i Z. (1972) *Ekonomika turizma*, Školska knjiga, Zagreb, cit. delo, str.10.

Od devedesetih godina pa do danas ostvareno je povećanje broja dolazaka kao i prihoda u međunarodnom turizmu. U tabeli br. 1-1 se vidi da je godine 1995. broj međunarodnih turista iznosio 529 miliona sa ostvarenim prihodima od turizma 403 milijarde, a u 2013. godini je ostvareno dvostruko više međunarodnih dolazaka (1087 miliona) i 1159 milijardi dolara prihoda od turizma.¹³

Tabela br.1-1. Ostvareni dolasci i prihodi u međunarodnom turizmu

Godina	Međunarodni dolasci (u milionima)	Godišnja stopa rasta u %	Prihodi od turizma (u milijardama USD)	Godišnja stopa rasta u %
1995	529	2.75%	403	14.30%
1996	561	6.05%	438	8.68%
1997	588	4.81%	438	0.00%
1998	606	3.06%	442	0.91%
1999	632	4.29%	466	5.43%
2000	682	7.12%	475	1.93%
2001	680	-0.29%	463	-2.53%
2002	701	3.09%	480	3.67%
2003	692	-1.28%	523	8.96%
2004	764	10.40%	635	21.41%
2005	807	5.63%	680	7.09%
2006	855	5.95%	742	9.12%
2007	916	7.13%	857	15.50%
2008	933	1.86%	939	9.57%
2009	895	-4.07%	850	-9.48%
2010	949	6.03%	930	9.41%
2011	995	4.85%	1042	12.04%
2012	1035	4.02%	1078	3.45%
2013	1087	5.02%	1159	7.51%

Izvor: <http://search.worldbank.org/data> ²⁴ Tourism Highlights 2014 Edition; UNWTO: World Tourism Barometer volume 13 January 2015; Compendium of Tourism Statistics – 2015 edition; UNWTO: Yearbook of Tourism Statistics, 2015 edition.

¹³ Unković, S., Zečević, B., (2009), *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekonomski fakultet Beograd, str. 237-238.

Odstupanje od povoljne razvojne tendencije je zabeleženo u periodu od 2001. do 2004. godine pod dejstvom faktora van ekonomske prirode što je prikazano u tabeli br.1-1. Negativan uticaj terorističkih akcija na S-160 i trgovinski centar u Njujorku 2001. godine doprineo je smanjenju turističkih dolazaka za 0,3% u odnosu na 2000. godinu.¹⁴ Rezultati u 2003. godini pokazuju ponovni blagi pad međunarodnog turističkog prometa za 1,28% u odnosu na prethodnu godinu (692 miliona turista). Ovaj pad je uslovljen negativnim dejstvom novih faktora van ekonomske prirode (rat u Iraku, teroristički napadi na turiste, epidemija SARS-a u nekim zemljama Jugoistočne Azije, kriza u koju su zapale velike kompanije vazdušnog saobraćaja, radikalno pooštavanje vizne politike i bezbednosnih mera u većem broju zemalja sveta). U 2004. godini je ostvaren znatno povoljniji rezultat. Ostvaren je turistički promet od 764 miliona turista što je za 10,4% više u odnosu na prethodnu godinu. Takode iste godine zabeležen je i značajan rast turističke potrošnje koji je iznosio 635 milijardi dolara a to je za 21,41% više u odnosu na prethodnu godinu što je i predstavljeno na grafiku br.1-1.¹⁵

Posebno je zapažen povoljni razvoj međunarodnog turizma u periodu od 2004. do 2008. kada je broj međunarodnih dolazaka je postepeno rastao. U 2007. godini ostvareno je 916 miliona dolazaka u međunarodnom turizmu, dok je stopa rasta iznosila 7,13% u odnosu na prethodnu godinu. Krajem 2008. godine, nastupila je ekonomska kriza koja je dovela do toga da ukupni rezultati za celu godinu pokazuju rast međunarodnih dolazaka od svega 1,86% u odnosu na prethodnu godinu. Najveći pad međunarodnih dolazaka zabeležen je 2009. godine kada se globalna finansijska i ekonomska kriza iz 2008. godine odrazila na turizam kao nijedna kriza do tada. Kada je u pitanju turistička potrošnja, pad je registrovan 2009. godine od 9,48%, što ukazuje na to da je turistička potrošnja, u odnosu na dolaske, više osetljiva na faktore van ekonomske prirode. U 2009. godini je zabeležen je pad međunarodnih dolazaka od 4% usled svetske ekonomske krize. Pored ekonomske krize na opadanje međunarodnog turizma u 2009. uticao je i grip H1N1.

U 2010. godini turizam se veoma dobro oporavlja od zastoja koji je bio prisutan prethodnih godina 2008. i 2009. koje su bile godine kada je došlo do ekonomske krize.¹⁶ Stopa rasta međunarodnih dolazaka u 2010. godini iznosila je 6% tj. ostvareno je 949 miliona međunarodnih dolazaka u svetu a godišnja stopa rasta u 2011. godini iznosila je 4,85% tj. u

¹⁴Unković S.(2010.)*Međunarodni turizam u uslovima ekonomske krize sa posebnim osvrtom na Jugoistočnu Evropu*, Singidunum revija vol.6/No 1, str.113

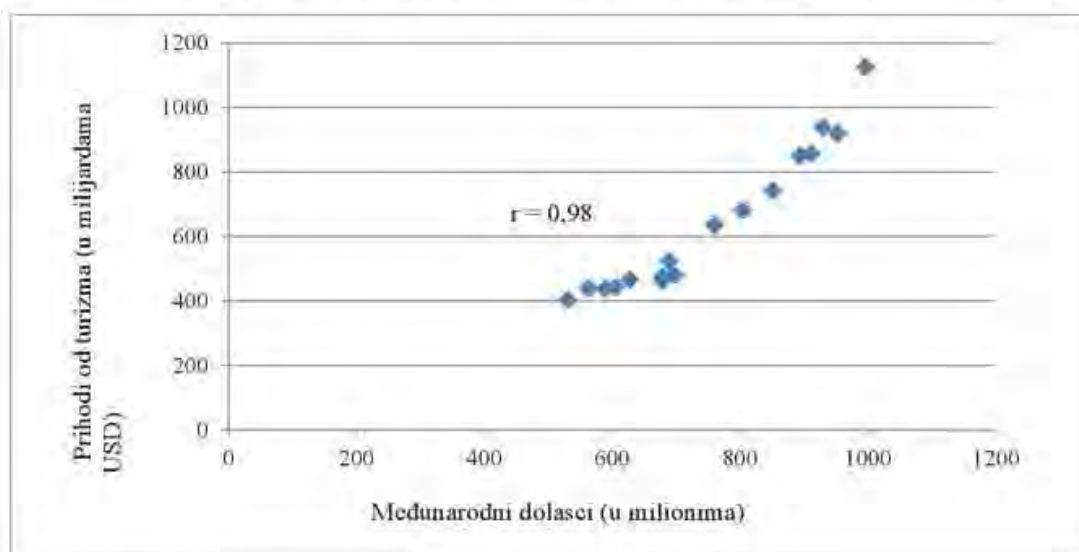
¹⁵ Unković, S., Zečević, B.,(2009.) *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekonomski fakultet Beograda, str.113

¹⁶Sekulović N.,(2012). *Turizam u uslovima delovanja kriza*, doktorska disertacija, Univerzitet Singidunum Beograd., str.9-10.

apsolutnim brojevima ostvareno je 995 miliona turističkih dolazaka.¹⁷ Medunarodni turistički dolasci su porasli za 5% u toku 2013. godine, 157 nosu na prethodnu godinu i iznose 1087 miliona. Iste godine prihodi od turizma su porasli za 7.5% u odnosu na prethodnu godinu i iznose 1159 milijardi.

Na grafiku br.1-1 se vidi da postoji visok stepen korelacije između međunarodnih dolazaka i ostvarenih prihoda u međunarodnom turizmu. Izračunat koeficijent korelacije iznosi 0,98 i linearan je, tj. tačke na grafiku su grupisane u jednom pravcu. Dakle, postoji jaka pozitivna veza između broja dolazaka i ostvarenih prihoda u turizmu. Za obračun su uzete serije podataka od 1995. godine do 2013. godine.

Grafik br.1-1. Korelacija između ostvarenih međunarodnih dolazaka i prihoda od turizma u svetu



Izvor: Sopstveni obračun na osnovu zvanične statistike UNWTO

Pored intenzivnog razvoja, došlo je i do promene u distribuciji dolazaka po regionima u svetu. Tokom proteklih decenija se znatno smanjivalo učešće Evrope i Amerike u korist drugih

¹⁷UNWTO, (2010). *Annual Report – A year of recovery*. Madrid, str.8

regiona, naročito Azije i Pacifika, što se može objasniti saturacijom ova dva regiona i ubrzanim razvojem turizma u regionu Istočne Azije i Pacifika.¹⁸

Evropski region u okviru svetskog turizma u 2013. godini zauzima vodeće prvo mesto sa 52% učešća u turističkom prometu i 42.2% u realizovanim prihodima.¹⁹ Drugi po značaju je region Azije i Pacifika sa učešćem od 23% u ukupnom turističkom prometu u 2013. godini i ostvarenim učešćem u ukupnom prihodu od 31% u istoj godini. Ovaj region je drugo mesto preuzeo od Amerike i to pre samo nekoliko godina. Region Amerike ima izuzetno važnu ulogu u međunarodnom turizmu. U 2013. godini ovaj region je učestvovao sa 16% u međunarodnom turističkom prometu i sa 19.8% u međunarodnoj raspodeli prihoda od turizma u svetu. Region Afrike je u 2013. godini učestvovao sa 5% u turističkom prometu i 3% u prihodima od ostvarenog međunarodnog turizma. Region Srednjeg istoka učestvovao je sa 5% u turističkom prometu i 4.1% u prihodima u 2013. godini.²⁰

Znači, u dinamici regionalne raspodele međunarodnog turizma u svetu od 1950 do 2013. godine dogodile su se bitne izmene. One se prvenstveno odnose na značajnije smanjenje uloge regiona Severne Amerike, uz istovremeno izrazito povećanje uloge Istočne Azije i Pacifika. Evropa je uglavnom uspela da sačuva svoje vodeće mesto, uz smanjenje učešća u raspodeli turističkog prometa, ali uz istovremeno povećanje učešća u raspodeli prihoda od svetskog turizma.²¹

Turizam ima specifične pozicije za spoljnotrgovinsku razmenu konkretnih zemalja, a time i za ukupna privredna kretanja u njima. Dok su prihodi i rashodi od turizma veoma značajni za privredno razvijene zemlje, još više se naglašava njihova uloga u zemljama sa nižim nivoom ukupne privredne razvijenosti, koje, po pravilu, raspolazu kvalitetnim prirodnim resursima za turistički razvoj, jeftinom, a nezaposlenom radnom snagom i drugim potencijalima. I jedna i druga grupa obuhvataju turistički veoma poznate zemlje koje se međusobno razlikuju u stepenu ukupne privredne razvijenosti. Upravo privredno visoko razvijene zemlje dominiraju i u oblasti turizma kao i u celoj uslužnoj ekonomiji. Neke od njih su posebno značajne kao izvori tražnje koji "hrane" međunarodni turizam. Druge su sa visokim učešćem u prisvajanju prihoda, a treće se pojavljuju kao važni učesnici i u inicijativnom (uvoznom) i u receptivnom (izvoznom) pogledu.²²

¹⁸Unković, S., Čačić, K., Bakić, O., (2002.) *Savremena kretanja na turističkom tržištu* Ekonomski fakultet u Beogradu Centar za izdavačku delatnost Beograd str 43-44

¹⁹UNWTO, (2014.), *International Tourism Results and prospects for 2014*, Madrid, str. 1-5.

²⁰UNWTO, (2014.), *Tourism Highlights 2014 Edition* Madrid, str. 1-6.

²¹Unković, S., Zečević, B., (2009.) *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekon. i tur. fakultet Beograd, str 244.

²²Čačić, K., (2010.) *Poslovanje hotelskih preduzeća*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str 21

1.1.1. Dugoročne prognoze razvoja turizma u svetu

Aktuelne trendove i dugoročna predviđanja razvoja turizma do 2030. godine predstavila je Svetska turistička organizacija (UNWTO). Ključni pokazatelji se zasnivaju na kvantitativnim analizama i projekcijama međunarodne turističke tražnje. Prognozirana stopa rasta međunarodnih dolazaka za 2015. godinu iznosi između 3% i 4% i predstavlja nešto nižu stopu u odnosu na prethodnu 2014. godinu kada je iznosila 4.7% što je predstavljeno u tabeli br.1-2.

Tabela br.1-2. Stopa rasta po regionima u odnosu na prethodnu godinu

	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Svet	6.50%	4.70%	3.80%	5.00%	4.70%	+3.00% do +4.00%
Evropa	3.00%	6.10%	3.30%	5.40%	3.90%	+3.00% do +4.00%
Amerika	6.40%	4.00%	3.70%	3.60%	7.40%	+4.00% do +5.00%
Azija i Pacifik	13.20%	6.40%	7.00%	6.00%	5.30%	+4.00% do +5.00%
Afrika	8.50%	-1.10%	6.30%	5.60%	2.20%	+3.00% do +5.00%
Bliski Istok	13.50%	-6.70%	-4.90%	0.30%	4.40%	+2.00% do +5.00%

Izvor: UNWTO, 2014 *International tourism results and prospects for 2015*, Madrid; UNWTO, *Tourism Highlights 2014 Edition*

Prema prognozi Svetske turističke organizacije u turizmu se do 2030-te očekuje da će se broj međunarodnih dolazaka povećati do 2020-te prosečno za oko 3,8% godišnje a u toku celog perioda od 2010-te do 2030-te godine 3.3% godišnje. U apsolutnim brojevima, međunarodni turistički dolasci će porasti za 43 miliona godišnje u periodu 2010 do 2030. godine, u poređenju sa prosečnim povećanjem od 29 miliona godišnje tokom perioda od 1995 do 2013. godine. Broj ostvarenih međunarodnih dolazaka turizma u svetu je premašio jednu milijardu u decembru 2012. godine. Smatra se da će do 2020. taj broj iznositi 1.4 milijarde, a do 2030. godine po proceni UNWTO taj broj će iznositi 1.8 milijardi međunarodnih dolazaka.²³ Vremenom, zemlje sve više ulažu u razvoj turizma jer je ključni pokretač društveno-ekonomskog napretka kroz prihode od izvoza, otvaranje radnih mesta, povećanje i razvoj infrastrukture. Izvoz za potrebe turizma čini čak 30% ukupnog svetskog izvoza komercijalnih usluga i 6% od ukupnog izvoza roba i usluga. Za mnoge razvijene zemlje turizam je jedan od glavnih izvora prihoda i mogućnosti za razvoj.²⁴

²³UNWTO, (2014.) *Tourism Highlights*, 2014 Edition, Madrid, str. 1-5.

²⁴UNWTO, *Tourism Towards 2030 Global overview*, Madrid, str. 1-7

1.2. Značaj turizma u nacionalnoj ekonomiji

Turizam i njegov razvoj imaju kako ekonomski tako i ne ekonomski uticaj na privredu i društvo. Ekonomski efekti koji utiču na turizam mogu biti pozitivni i negativni. Kada je reč o pozitivnim ekonomskim efektima na turizam prema Lickorish-u (1997) to su:²⁵

- doprinos deviznim prihodima
- doprinos državnim prihodima
- doprinos zaposlenosti
- doprinos regionalnom razvoju

Razvoj turizma može značajno da poveća zaposlenost. Turizam može i da predstavlja značajan činilac preliivanja društvenog proizvoda ²³ u privredno razvijenih zemalja sveta u zemlje sa nižim stepenom privredne razvijenosti. Razvoj domaćeg turizma može da doprinese ravnomernijem razvoju svih regiona jedne zemlje, tako što preko potrošnje turista obezbeđuje preliivanje dohotka iz privredno razvijenih u privredno nedovoljno razvijene regione (ali turističke razvijene) ²⁶ Negativne posledice turizma prema Mason-u (2008) su:²⁷

- inflacija
- oportunitetni trošak
- preterana zavisnost od turizma

Inflacija se odnosi na povećanje cene zemljišta, kuća, hrane i drugog, a koja može da se javi kao posledica turizma. Cene ovih proizvoda se mogu povećavati kada turisti postavljaju dodatne zahteve lokalnim davaocima usluga na turističkoj destinaciji. Oportunitetni troškovi se odnose na troškove angažovanja u turizmu, na primer, u priobalnom području, sa prevashodno ruralnim zaledem (to bi mogli biti troškovi ulaganja u turizam, umesto u zemljoradnju i ribolov). Prekomerna zavisnost od turizma može da se pojavi u malim državama u kojima su vlade prepoznale turizam kao najbolji metod privrednog razvoja. Kao rezultat toga, zemlja postaje zavisna od prihoda od turizma u meri u kojoj bilo kakva promena u tražnji može dovesti do ekonomske krize.²⁸

71

²⁵ Lickorish L., Jenkins C. (1997). *Introduction to Tourism* Butterworth-Heinemann, str. 63-70.

²⁶ Unković, S., Zečević, B. (2009) *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekonomski fakultet Beograd, str. 39-41.

²⁷ Mason P. (2008) *Tourism Impacts, Planning and Management* Butterworth-Heinemann, str. 45-49.

²⁸ Isto 26

1.2.1. Direktni i indirektni uticaj turizma na privredu

Turizam vrši direktne i indirektne efekte na privredu. Formalno, ekonomisti razlikuju direktne, indirektne i indukovane ekonomske efekte. Indirektni i indukovani efekti se ponekad nazivaju zajedno sekundarni efekti. Ukupan ekonomski uticaj turizma je zbir direktnih, indirektnih i indukovanih efekata.²⁹

Direktni doprinos se uglavnom odnosi na ekonomske aktivnosti onih subjekata koji su u direktnoj vezi sa turistima kao što su hoteli, putničke agencije, avio kompanije i druga sredstva za prevoz putnika (izuzimajući servise javnog prevoza).

Indirektni doprinos je posledica investiranja kapitala, troškova vlade, domaće kupovine roba i usluga onih sektora koji su u direktnom kontaktu sa turistima – uključujući na primer kupovinu hrane ili servise za čišćenje u hotelima, servise za snabdevanje gorivom ili katering u avionima i IT servise putničkih agencija, itd.

Indukovani (podsfaknuti) doprinos je onaj koji je izazvan kao posledica troškova direktnog i indirektnog uticaja na industriju turizma.³⁰

33 Od *direktnih uticaja* koje turizam vrši na privredu najvažniji su:³¹

- Uticaj na bruto domaći proizvod
- **23** Uticaj na zaposlenost stanovništva;
- Uticaj na razvoj turističke delatnosti privrede;
- Uticaj na platni bilans zemlje;
- Uticaj na investicije;

Preko indirektnih i indukovanih efekata, promene u turističkoj potrošnji mogu uticati na gotovo svaki sektor privrede. Indukovani efekti su posebno primetni kada npr. veliki poslodavac u regionu zatvara fabriku. Ne samo da su povezane delatnosti (indirektni efekti) pogođene, već cela lokalna privreda trpi zbog smanjenja prihoda domaćinstva u regionu. Maloprodajni objekti se zatvaraju, odliv novca se povećava jer potrošači idu van regiona po robu i usluge. Slični efekti u suprotnom smeru su primećeni kada postoji značajan porast prihoda domaćinstava.³²

43

²⁹Stynes L. *Approaches to Estimating the Economic Impacts of Tourism* Michigan State University str 1-10

³⁰WTTC (2011) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023* str 43-45.

³¹Unković, S., Zečević, B. (2009.) *Ekonomika turizma*. Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekonomski fakultet Beograd, str. 41.

³²Isto '29.

6

a) Uticaj turizma na bruto domaći proizvod

37

Turizam je važna privredna delatnost u većini zemalja širom sveta. Značaj turizma se ne ogleda samo u direktnom doprinosu u ukupnom bruto domaćem proizvodu, već i u indirektnom, šire generisanom preko ostalih komplementarnih delatnosti.³³ Da bi se utvrdilo koliko turizam doprinosi privrednom rastu, analiziran je direktan i indirektan uticaj turizma na BDP, zaposlenost na primeru 20 vodećih država T20 (Austrija, Španija, Argentina, SAD, Kina, Južna Afrika, Indonezija, Turska, Brazil, Italija, Meksiko, Francuska, Japan, Velika Britanija, Ruska Federacija, Kanada, Republika Koreja, Saudijska Arabija, Nemačka, Indija). Podaci koji se odnose na doprinos turizma privrednom rastu Srbije obrađeni su posebno u trećem poglavlju disertacije.

U tabeli br.1-3. su predstavljene vodeće države T20 njihov direktan, indirektan i ukupni doprinos turizma ukupnom bruto domaćem proizvodu. Zemlje su rangirane prema najvećem direktnom doprinosu u BDP-u. Direktni doprinos turizma najviši u Meksiku i iznosi 5,7% ukupnog BDP-a u 2012. godini. Španija se nalazi na drugom mestu po učešću direktnog doprinosa turizma BDP-u. Zatim, slede Turska, Italija i Francuska. Iz tabele proizilazi da u Španiji indirektni doprinos turizma iznosi 9,8% u ukupnom BDP-u, potom slede Australija sa 7,5% i Turska 6,9%. Interesantno je da je ukupni doprinos turizma BDP-u u 2012. godini najviši u Španiji i iznosi 15,2%, zatim u Meksiku 12,5%, Turska 10,9% i Italija 10,2% učešća u ukupnom BDP-u. To praktično znači da u tim zemljama turizam značajno doprinosi privrednom razvoju. Ukupan doprinos se dobija kao zbir direktnog i indirektnog doprinosa turizma na BDP.³⁴

Turizam je glavna komponenta uslužne ekonomije i obuhvata 30% međunarodne trgovine uslugama. Kada su u pitanju prihodi od turizma, vodećih 20 država (T20) stvaraju oko 70% globalne turističke aktivnosti. Značajan doprinos koji turizam može dati ekonomskom rastu leži u njihovim indirektnim uticajima, koji u ovim državama predstavljaju 65% ukupnog doprinosa turizma BDP-u. Ovi indirektni ekonomski uticaji, koji se odnose na robu i usluge u sektoru turizma i investicija i javne potrošnje generisane od turizma, su važan pokretač privrednog rasta.³⁵

6

³³ Đuranović M., Radunović M. (2011), *Analiza efekata turizma na BDP, zaposlenost i platni bilans Crne Gore*. Radna studija br. 25, Centralna Banka Crne Gore, Podgorica, str. 15-16.

³⁴ WTTC, (2012) <http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/>.

³⁵ Vellas F., (2011), *The indirect impact of tourism: an economic analysis*, Toulouse University, 'Third Meeting of T20 Tourism Ministers, France' str. 8.

Tabela br.1-3. Poređenje direktnog, indirektnog i ukupnog doprinosa turizma BDP-u (u %)

Države ^a	Direktan doprinos turizma (2012)	Indirektan doprinos turizma (2012)	Ukupan doprinos turizma (2012)
Meksiko	5.7	6.8	12.5
Španija	5.4	9.8	15.2
Turska	4.0	6.9	10.9
Italija	4.0	6.2	10.2
Francuska	3.8	5.3	9.1
Argentina	3.5	6.4	9.9
Brazil	3.4	5.7	9.1
Južna Afrika	3.1	6.6	9.7
Indonezija	2.9	6.0	8.9
SAD	2.7	5.8	8.5
Kina	2.6	6.6	9.2
Australija	2.3	7.5	9.8
Velika Britanija	2.3	4.5	6.8
Japan	2.1	4.6	6.7
Saudijska Arabija	2.1	3.0	5.1
Republika Koreja	2.0	3.9	5.9
Indija	1.9	4.6	6.5
Nemačka	1.6	2.9	4.5
Ruska Federacija	1.4	4.4	5.8
Kanada	1.0	3.3	4.3

48

Izvor: WTTC, (2012), <http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/>;

Značajna investicija u cilju razvoja turizma je opravdana samo ako postoje povoljni uslovi za rast turističke tražnje koji bi opravdali kapitalne projekte jer zahtevaju značajna sredstva. Analiza vodećih 20 država pokazuje da je doprinos turizma posebno važan u državama gde postoji intenzivna domaća turistička tražnja. Isto važi i za države koje su razvijene koje stvaraju visoku dodatnu vrednost od turizma kombinujući domaću i međunarodnu tražnju.

^aT20- Austrija, Španija, Argentina, Sad, Kina, Južna Afrika, Indonezija, Turska, Brazil, Italija, Meksiko, Francuska, Japan, Velika Britanija, Ruska Federacija, Kanada, Republika Koreja, Saudijska Arabija, Nemačka, Indija.

b) Uticaj turizma na zaposlenost stanovništva

Turizam ima značajnu ulogu u zapošljavanju. Povećanjem dolazaka i ³⁵enja turista kao i potrošnje povećava se i broj zaposlenih u turističkoj delatnosti ali i u onim delatnostima koje direktno učestvuju u podmirivanju potreba turista.³⁶

Tabela br.1-4. Udeo turizma u ukupnoj zaposlenosti u vodećih 20 država (u %) za 2012. godinu

Države ^a	Direktan udeo turizma u ukupnoj zaposlenosti (2012)	Indirektan udeo turizma u ukupnoj zaposlenosti (2012)	Udeo turizma u ukupnoj zaposlenosti (2012)
Meksiko	6.6	7.2	13.8
Španija	5.1	10.4	15.5
Indija	4.8	2.9	7.7
Italija	4.7	6.9	11.6
Južna Afrika	4.5	5.8	10.3
Francuska	4.4	6.4	10.8
Australija	4.2	7.7	11.9
SAD	3.9	6.1	10.0
Argentina	3.4	6.0	9.4
Velika Britanija	3.1	4.5	7.6
Kina	2.9	5.4	8.3
Brazil	2.9	5.3	8.2
Indonezija	2.6	5.4	8.0
Republika Koreja	2.4	4.0	6.4
Japan	2.2	4.7	6.9
Saudijska Arabija	2.2	2.8	5.0
Turska	2.0	6.3	8.3
Kanada	1.7	3.5	5.2
Nemačka	1.7	3.0	4.7
Ruska Federacija	1.3	4.2	5.5

Izvor: WTTC, (2012), <http://www.wttc.org/research/economic-data-research-tool/>;

³⁵Unković, S., Zečević, B., (2009) *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekonomski fakultet Beograd, str. 47.

^aT20- Austrija, Španija, Argentina, Sad, Kina, Južna Afrika, Indonezija, Turska, Brazil, Italija, Meksiko, Francuska, Japan, Velika Britanija, Ruska Federacija, Kanada, Republika Koreja, Saudijska Arabija, Nemačka, Indija.

Tabela br.1-4. predstavlja direktni, indirektni i ukupni udeo turizma u ukupnom zapošljavanju na primeru vodećih 20 država za 2012. godinu. Može se zaključiti da je u grupi T20 zemalja najviši direktni doprinos turizma u ukupnoj zaposlenosti je u Meksiku sa 6,6%, zatim slede Španija sa 5,1%, Indija 4,8% i Italija 4,7% u 2012. godini. Najviši udeo turizma u ukupnoj zaposlenosti je u Španiji gde iznosi 15.5%. Zatim sledi Meksiko sa 13.8%, pa Australija 11,9% i Italija 11.3%. Iznad deset procenata ukupnog udela turizma u zaposlenosti su još Francuska sa 10.8%, odnosno SAD sa tačno 10.0%. Iz tabele proizilazi da Španija ima najviši indirektni udeo turizma u ukupnom za 2012. godinu koji iznosi 10,4%. Na drugom mestu je Australija 7,7% potom Meksiko sa 7,2%.³⁷

Indirektni doprinos turizma otvaranju radnih mesta potvrđuje njegov značaj za zapošljavanja u lancu snabdevanja turizma. Međutim ovaj indirektni doprinos je manji od direktnog u nekim državama (što je slučaj sa Indijom). Indirektne koristi od turizma su veće gde je turistički lanac snabdevanja usmeren ka proizvodnji lokalnih roba i usluga. Turizam ima značajan uticaj jer podstiče stvaranje radnih mesta za mlade ljude. Većina radnih mesta u turizmu su za mlade ljude ispod 30 godina starosti koji čine polovinu svih turističkih poslova. Ova karakteristika zaposlenosti u sektoru turizma naglašava značaj stalnog stručnog programa obuke za mlade ljude kako bi obezbedili dugoročne poslove.

c) Uticaj turizma na delatnosti turističke privrede

Veliki broj privrednih i neprivrednih aktivnosti učestvuje u podmirivanju turističkih potreba. Neke od njih su: hoteli, restorani, barovi, prodavnice (posebno za prodaju suvenira), banke i osiguravajuće institucije, pomoćna zanimanja potrebna turistima (razne sportske institucije, vodiči, lekari) institucije za zabavu (pozorišta, kabarei, kasina, festivali, itd).³⁸

Da bi se dobio uvid u pogledu kvantitativnog direktnog uticaja turizma na pojedine delatnosti turističke privrede, daće se pregled strukture turističke potrošnje, koja je najrealniji pokazatelj ovog uticaja. U tabeli br. 1-5. se vidi struktura turističke potrošnje u Srbiji za 2011. godinu posebno dolaznih turista, domaćih turista, odlaznih i ukupna potrošnje domaćinstva.

³⁷ WTO, (2012) <http://www.wttrc.org/research/economic-data-search-tool/>.

³⁸ Unković, S., Zečević, B., (2009.) *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekonomski fakultet Beograd, str 44-47, str 8.

Tabela.1-5, Pregled strukture turističke potrošnje u Srbiji za 2011. godinu

	Ukupna potrošnja domaćinstava		Domaći turisti		Potrošnja dolaznih turista		Potrošnja odlaznih turista	
	Miliona dinara	% udela	Miliona dinara	% udela	Miliona dinara	% udela	Miliona dinara	% udela
Ukupna potrošnja u Srbiji	129.525		56.335		80.595		89.516	
Smeštaj	35.197	27%	10.519	19%	10.291	13%	24.678	28%
Usluge hrane i pića	14.373	11%	6.452	11%	9.015	11%	11.43	13%
Prevoz	35.479	28%	24.216	43%	13.346	17%	11.533	13%
Putničke agencije	24.59	19%	3.742	7%	5.228	6%	30.083	34%
Drugo	19.616	15%	11.406	20%	42.715	53%	11.792	13%
Kultura	1.218	1%	708	1%	2.703	3%	732	1%
Sport i rekreacija	7.096	5%	4.126	7%	15.743	20%	4.265	5%
Ostale turističke usluge	5030	4%	2.925	5%	11.161	14%	3.024	3%
Maloprodaja	6.272	5%	3.647	6%	13.915	17%	3.77	4%

Izvor: RZS, Narodna Banka Srbije, Trivago, Eurostat, WTTC/Oxford Economics

U tabeli br.1-5. se vidi da je turizam u Srbiji vršio najveći uticaj na razvoj saobraćaja, zatim smeštaja, usluge hrane i pića. Kada su u pitanju strani turisti najveći uticaj na turizam imaju sport i rekreacija 20%, kupovine 17%, prevoz 17% i smeštaj 13%.³⁹

d) Uticaj turizma na platni bilans zemlje

Turizam direktno utiče i na platni bilans zemlje. Priliv novca stranih turista u određenoj zemlji računa kao izvoz dok se odliv novca domaćih stanovnika potrošenog na putovanja u inostranstvu računa kao uvoz. Zbog toga su naponi svih zemalja bili da se što više stimuliše devizni priliv po osnovu turizma, odnosno da se destimuliše devizni odliv.

Pored toga što utiče na razvoj privrednih i neprivrednih delatnosti, turizam utiče i na investicionu delatnost i strukturu investicionih ulaganja. Velika investiciona ulaganja u razvoj puteva i raznih vidova saobraćaja, hotela i smeštajnih kapaciteta veoma su važna za razvoj turizma.⁴⁰

³⁹ Oxford Economics and WTTC. (2013.) Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia 2012, str.34-35.

⁴⁰ Unković, S., Zečević, B., (2009.) *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekonomski fakultet Beograd, str. 51-56

Takođe postoje i drugi vidovi ekonomskih uticaja koji nisu tipično obuhvaćeni procenom ekonomskog uticaja, barem ne direktno, a to su: ⁴¹

- *Promene cena* - turizam može ponekad povećati troškove stanovanja i maloprodajnih cena u tom području, često sezonski.
- *Promene u kvalitetu i kvantitetu robe i usluga* - turizam može dovesti do šireg spektra roba i usluga koje su dostupne na tržištu (višeg ili nižeg kvaliteta nego bez turizma).
- *Promene u imovini i drugim porezima* – porezi za pokrivanje troškova lokalnih usluga mogu biti viši ili manji u zavisnosti od turizma. U nekim slučajevima, porezi prikupljeni direktno ili indirektno od turista mogu kao rezultat obezbediti smanjenje lokalnih poreza za škole, puteve, itd. U drugim slučajevima, meštanima se mogu oporezivati više da bi se pokrili troškovi usluga infrastrukture.
- *Ekonomске dimenzije „socijalnih“ i „ekoloških“ uticaja* - Postoje i ekonomske posledice društvenih i ekoloških uticaja koje obično nisu obuhvaćene u okviru analize ekonomskog uticaja. One mogu biti pozitivne ili negativne. Na primer, zagušenost u saobraćaju povećava troškove i za domaćinstva i preduzeća. Pобољшane pogodnosti koje privlače turiste mogu takođe ohrabriti penzionere ili neke druge interesne grupe da se lociraju na datom području.

⁴¹Stynes D. *Approaches to Estimating the Economic impacts of Tourism* Michigan State University, str 4-6.

2. SATELITSKI RAČUN TURIZMA KAO NAČIN OBRAČUNA EKONOMSKIH EFEKATA TURIZMA

2.1. Merenje ekonomskih efekata turizma

Kao rezultat unapređenja statističkih merenja turističkog fenomena u devedesetim godinama je počeo razvoj satelitskih računa turizma. Satelitski računi se zasnivaju na sistemu nacionalnih računa i zato lako omogućavaju pristup za input-output analizu, koja se već dugo smatra najpouzdanijim metodom statističkog merenja ekonomske vrednosti turizma.⁴²

Uspeh turističke industrije se meri kvantitativnim pokazateljima, kao što su broj dolazaka, broj noćenja, prihodi i izdaci od turizma koji su u domenu prikupljanja statističkih institucija. Prikupljanje statističkih informacija u oblasti turizma u EU je regulisano Direktivom Saveta EK 1995/57. Direktiva eksplicitno definiše prikupljanje statističkih podataka o statistici smeštaja (broju soba i kreveta), protoku posetilaca (broj dolazaka i noćenja) i karakteristikama tražnje turista, na šta ukazuju prikupljeni podaci o potrošnji. Ona takođe omogućava preciznost, način prikupljanja, obrade i prenos podataka. Međutim, direktiva dozvoljava državama dosta slobode u izvođenju statističkih istraživanja, s obzirom daje strogo definisan minimum istraživanja. Nacionalne statističke organizacije obično prate podatke o fizičkim tokovima stacionarnog turizma (broj dolazaka, noćenja), pri čemu je broj jednodnevnih (domaćih i stranih) i tranzitnih posetilaca uglavnom zanemaren. Problem praćenja turističke potrošnje je još veći. U značajnoj meri su samo dostupni podaci o potrošnji određenog segmenta korisnika, odnosno nisu raspoloživi podaci o potrošnji za više razvrstanih grupa proizvoda.⁴³

Potrošnju stranih turista u zemlji domaćina kao i rezidenata u stranim zemljama prati narodna banka u platnom bilansu. Međunarodni turizam u mnogim zemljama značajno utiče na platni bilans. Prema klasifikaciji Međunarodnog monetarnog fonda (MMF), usluge koje se odnose na turizam beleže vrednosti u okviru bilansa usluga. U stavku putovanja se uključuje potrošnja robe i usluga stranih putnika tokom boravka u zemlji domaćina, pri čemu se usluge evidentiraju kao troškovi u međunarodnom putničkom saobraćaju. Međutim, treba napomenuti da kada je reč o turističkoj potrošnji u okviru sistema TSA i putovanja u okviru platnog bilansa (*BOP - Balance Of Payments*), postoje i konceptualne i metodološke razlike. Osnivanje Međuinstitucionalne koordinatorske grupe za statistiku turizma (eng. *Inter-Agency Coordination Group on Tourism Statistics*) koja je udružila predstavnike UNWTO-a, Eurostata, Međunarodnu organizaciju rada, MMF, OECD i Komisiju Ujedinjenih nacija za statistiku (UNSC) septembra

⁴²Vukasović (2010.), *Satelitski obračun turizma u Srbiji i zemljama EU*, Singidunum revija Vol7/No., 1 str. 182

⁴³Eurostat, (2009), *Tourism satellite accounts in the European Union, volume 3, Practical Guide for the compilation of a TSA: Directory of Good Practices*, str. 7-8.

2004. godine, je predstavljalo važan korak u smeru konsolidacije i uzajamne uporedivosti priručnika za izradu TSA.⁴⁴

Turistička delatnost je veoma složena za merenje ekonomskih doprinosa. Bez tehnike kao što je TSA su veoma otežane procene o veličini turističke delatnosti.

Ukoliko svedemo turizam samo na sektore koji imaju snažnu povezanost sa turistima, velika šansa je da ćemo potceniti stvarnu veličinu industrije turizma i obrnuto, ukoliko uključimo sve sektore koji mogu biti povezani sa turistima možemo preceniti uticaj turizma kao industrije. Razumno je pretpostaviti da se sva prodaja u kafićima, kao i u velikim šoping centrima ne može pripisati samo potrošnji koju ostvaruju turisti. Dakle, potrebno je uvesti određene kriterijume i pravila, jer uključivanjem svih ovih kategorija u okviru turističke delatnosti može da rezultira precenjivanjem stvarnog uticaja turizma. Potrebno je formulisati grupe sektora koji pružaju usluge turistima da bismo analizirali turizam kao delatnost. Neophodno je kreirati okvir za praćenje delatnosti turizma, a to je upravo satelitski račun turizma - TSA.⁴⁵

2.2. Definisane satelitskog računa turizma

Satelitski račun turizma (TSA), je karakterističan metod za merenje direktnih ekonomskih doprinosa turističke potrošnje nacionalnoj ekonomiji. Njegov jedinstveni pristup proističe iz korišćenja principa i strukture međunarodno usvojenog sistema nacionalnih računa (SNA – *System of National Accounts*) za merenje direktnog ekonomskog uticaja turizma. TSA obuhvata skup međusobno povezanih tabela koje pokazuju veličinu i strukturu različitih oblika turističke potrošnje, kao i doprinos turizma BDP-u i zaposlenosti.⁴⁶

Kada se analizira, izraz „satelitski račun turizma“, ukazuje na suštinu i jedinstvenost ovog novog analitičkog metoda. Prvo, TSA se bavi prepoznatljivim skupom ljudskih aktivnosti definisanih kao „turizam“ - aktivnostima posetilaca (putnici koji putuju do odredišta van njihovog uobičajenog okruženja na manje od jedne godine u bilo koju svrhu osim zaposlenja od strane rezidentnog pravnog lica u zemlji koju su posetili).

TSA je „satelit“ 155 rateći račun, Sistema nacionalnih računa(SNA) koji je objavljen 2008. godine od strane Ujedinjenih nacija, Svetske banke, Međunarodnog monetarnog fonda i

⁴⁴Dwyer L. and Forsyth P. (2006.), *International Handbook on the Economics of Tourism*, Edward Elgar Publishing Limited, Great Britain, str.281-283

⁴⁵Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts* str.150-160.

⁴⁶Vukasović S.(2010.), *Satelitski obračun turizma u Srbiji i zemljama EU*, Singidunum revija Vol7/No.1, str.182.

drugih uglednih međunarodnih ekonomskih organizacija. Sistem nacionalnih računa u zemlji je baziran na široko prihvaćenom Sistemu nacionalnih računa 2008 (SNA 2008)⁴⁷ i predstavlja „statistički okvir koji pruža sveobuhvatan, dosledan i fleksibilan skup makro ekonomskih obračuna za donošenje odluka, analize i svrhe istraživanja“.⁴⁷

Konačno, TSA je „račun“ (obračun), to je skup tabela koje sadrže, za dati aspekt ekonomskog života, transakcije, poreklo i upotrebu sredstava institucionalnih jedinica i sektora. Kombinovanjem ova tri elementa, TSA je jedinstven među dostupnim metodama za merenje ekonomskih efekata turizma.⁴⁸

Prema Liver-u i Spurr-u satelitski račun turizma se definiše kao metod za kvantifikovanje veličine turizma u okviru nacionalnog računovodstva i međunarodno je prepoznat kao najbolji pristup za merenje ekonomskog značaja turizma i važan je izvor informacija koje se mogu dobiti analiziranjem turizma.⁴⁹

Eurostat je definisao „TSA kao statističko računovodstveni okvir u oblasti turizma i meri robu i usluge u skladu sa međunarodnim standardima, klasifikacijama i definicijama koja omogućavaju validna poređenja sa drugim industrijama i sa drugim zemljama na konzistentan način“.⁵⁰

2.3. Metodološke osnove satelitskog računa turizma

Metodološki okvir Satelitskog računa turizma (TSA), predložen je od strane Svetske turističke organizacije (UNWTO), Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) i Statističkog zavoda Evropske zajednice (EUROSTAT). Odobren je od strane komisije Ujedinjenih nacija za statistiku marta 2000. godine. Ovo odobrenje obeležilo je zaključivanje dugog perioda rada iniciranog 1995. godine gde je bilo uključeno više od četrdeset zemalja, kao i (pored pomenutih organizacija) Međunarodna organizacija rada, Svetska organizacija za

⁴⁷SNA 2008 – (System of National Accounts) je poslednja verzija sistema nacionalnih računa, i u osnovi je zadržala metodološke osnove prethodne (SNA 1993), usvojena je od Ujedinjenih nacija za statistiku (UNSC). <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/NABrochure.pdf>

⁴⁸Frechtling D. (2010). *The Tourism satellite Account: A Primer*. Annals of Tourism Research, Vol. 37, No. 1, The George Washington University, str. 140-141

⁴⁹UNWTO. (2011). *Exploring the Full Economic Impact of Tourism for Policy Making. Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools*. Madrid, Spain str. 2-3

⁵⁰Dwyer L., Forsyth P., Spurr R. (2006) *International Handbook on the Economics of Tourism*. MPG Books Ltd, Grait Britain str. 307-308.

⁵⁰Eurostat. *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA): Tourism Satellite Accounts Recommended Methodological Framework* str. 13-16.

putovanje i turizam i Međunarodna organizacija hotelijera i restorana itd. Oni su doprineli svojim iskustvima i znanjem da se na kraju omogući donošenje nekih zaključaka u okviru univerzalno prihvaćenih međunarodnih standarda koji su korišćeni kasnije u izradi satelitskog računa turizma. Ovaj dokument je uglavnom usmeren ka službenicima državnih turističkih institucijacija, i turističke statistike, kao osnove politika u turizmu.⁵¹

Na osnovu ovih međunarodnih preporuka, ukazano je državama da razviju svoje statistike turizma prema sledećim smernicama:⁵²

- Procene bi trebalo da se oslanjaju na pouzdan statistički izvor podataka, gde se upotrebom nezavisnih procedura posmatraju i posetioци i proizvođači roba i usluga koje ti posetioци troše;
- Ovi podaci treba da se obračunavaju na kontinuiranoj osnovi, u kombinaciji sa upotrebom indikatora i benčmarkiranih procena kako bi se poboljšala korisnost dobijenih rezultata;
- Podaci treba da budu uporedivi kroz vreme u okviru iste države, uporedivi sa podacima ostalih država i uporedivi sa ostalim ekonomskim aktivnostima;
- Podaci treba da budu međunarodno konzistentni i predstavljeni u makroekonomskom okviru prepoznatljivom na međunarodnom nivou.

Sistem nacionalnih računa (SNA) se sastoji od koncepata, definicija, klasifikacija, računovodstvenih pravila, računa i tabela koje čine sveobuhvatan, integrisan okvir za ocenu proizvodnje, potrošnje, kapitalnih investicija, prihoda, stanja i tokova finansijskih i nefinansijskih fondova i drugih ekonomskih varijabli.⁵³

Izrada satelitskih računa turizma se sastoji u detaljnoj analizi svih aspekata tražnje dobara i usluga povezanih sa turizmom, u uspostavljanju veze sa proizvodnjom tih dobara i usluga u okviru referentne ekonomije ili van nje, i u opisivanju kako ova proizvodnja (prema poreklu domaća ili uvozna) deluje uzajamno sa drugim ekonomskim aktivnostima korišćenjem tabela isporuke i upotrebe (SUT - *Supply and Use Tables*). Prva preporuka o razvoju satelitskih računa turizma je predložena u metodologiji satelitskog računa turizma još 2000. godine. Poslednja preporučena metodologija satelitskih računa turizma je satelitski račun turizma RMF:2008 (napisana i predstavljena od strane četiri međunarodne organizacije: Ujedinjenih nacija sektora

⁵¹ Eurostat, *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA): Tourism Satellite Account: Recommendations (Methodological Framework)* str.7-9

⁵² Eurostat (2009), *Tourism satellite accounts in the European Union: Volume 3* Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities

⁵³ Republički zavod za statistiku Srbije, *Plan implementacije SNA 2008*, <http://webzrzs.stat.gov.rs/>

za statistiku (UNSD), Statističkog zavoda evropske zajednice (EUROSTAT), Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) i Svetske turističke organizacije (UNWTO)).⁵⁴

Preporučena metodologija Satelitski računi turizma RMF:2008 obezbeđuje osnovnu konceptijsku konzistentnost sa drugim statističkim okvirima, kao što su sistem nacionalnih računa i bilans plaćanja, i oslanja se na ovu konzistentnost i obezbeđuje dodatnu vezu statistike turizma i standardnih tabela SNA 2008.⁵⁵

Satelitski računi turizma obezbeđuju:⁵⁶

- Makroekonomske agregate koji opisuju veličinu i ekonomski doprinos turizma, kao što je direktna bruto dodata vrednost turizma i direktan bruto domaći proizvod turizma, konzistentne sa istim agregatima za ukupnu ekonomiju i druge proizvodne ekonomske aktivnosti;
- Detaljne podatke o potrošnji turizma, širi koncept udružen sa aktivnostima posetilaca i potrošača, opis odnosa tražnje i ponude, i sve kategorije prikupljene u tekućim i stalnim cenama;
- Detaljan račun proizvodnje delatnosti turizma, uključujući podatke o zaposlenosti, veze sa drugim proizvodnim ekonomskim aktivnostima i bruto investicije;
- Vezu između ekonomskih podataka i ne ekonomskih informacija o turizmu, kao što su broj putovanja (ili poseta), dužina boravka, razlog putovanja, sredstva transporta i slično, koja su potrebna kako bi se bliže odredile karakteristike ekonomskih varijabli.

⁵⁴ Frechtling D. (2010). *The tourism satellite account*, *Annals of Tourism Research*, The George Washington University, str 136-138.

⁵⁵ Statistical Commission. 2008 Tourism Satellite Account: *Recommended Methodological Framework (TSA:2008)*. Jointly presented by the United Nations Statistics Division (UNSD), the Statistical Office of the European Communities (EUROSTAT), the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and the World Tourism Organization (UNWTO). Thirty-ninth session. 2008. str 3.

⁵⁶ Dwyer L., Forsyth P., Dwyer W. (2010). *Tourism Economics and policy*, Gutenberg press, str 242-243.

Satelitski račun turizma RMF:2008 se može posmatrati iz dve različite perspektive:⁵⁷

- Kao statističko sredstvo koje objedinjuje koncepte, definicije, agregate, klasifikacije i predstavlja ih kroz analitičke tabele. Ove tabele omogućavaju poređenje procena između regiona i zemalja. Ovi elementi su takođe uporedivi sa drugim međunarodno priznatim makroekonomskim agregatima i obračunima;
- Kao okvir koji vodi države u daljem razvoju sistema statistike turizma, sa osnovnim ciljem objedinjavanja satelitskih računa turizma.

Postoje dva pristupa metodologiji satelitskog računa turizma a to su: UNWTO, EUROSTAT, OECD pristup i WTTC pristup. Oba pristupa se zasnivaju na primeni metodologije TSA 2008 s tim što postoje i razlike.

Svetski savet za turizam i putovanja (WTTC) razvio je sistem „simuliranog TSA“ početkom 1990-ih koji se bazira na procenama.⁵⁸ Ova metodologija se razlikovala u odnosu na TSA (UNWTO, EUROSTAT, OECD) u pretpostavkama, definicijama, konceptima i metodama merenja koje dovode u pitanje važenje pristupa.⁵⁹ Kontroverza o tome šta predstavlja važeći TSA pristup nastavlja se do danas, što ukazuje da još uvek postoji konfuzija šta razlikuje TSA metodologiju (UNWTO, EUROSTAT, OECD) od drugih pristupa merenja ekonomskog doprinosa turizma na privredu.⁶⁰ Imajući u vidu porast popularnosti TSA kao metode procene direktnih ekonomskih efekata potrošnje posetioca na nacionalnu ekonomiju UNWTO navodi da je preko 70 zemalja razvilo TSA od 2007.⁶¹

⁵⁷ Statistical Commission. 2008 Tourism Satellite Account. Recommended Methodological Framework (TSA:2008). Jointly presented by the United Nations Statistics Division (UNSD), the Statistical Office of the European Communities (EUROSTAT), the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and the World Tourism Organization (UNWTO) Thirty-ninth session. str.3

⁵⁸ Boskin M.J. (1996). *National Satellite Accounting for Travel and Tourism: A cold review of the WTTC/WEFA group research*. Tourism economics 2, 3-11

⁵⁹ Frechtling D. (2010). *The Tourism Satellite Account, A Primer.*. Annals of tourism research, Vol. 37.No1. str.139-143

⁶⁰ Department of Statistics and Tourism Satellite Account (2008). *Measuring The UN TSA approach vs. WTTC approach*. Madrid

⁶¹ Libreros M., Massieu A., Meis S. (2006). *Progress in Tourism Satellite Account implementation and development*. Journal of Travel Research, 45, str.83-91

2.3.1.OECD, UNWTO i EUROSTAT pristup

102

Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD - Organisation of Economic Cooperation and Development) je osamdesetih godina počela da razvija metodologiju ekonomskog računa turizma (TEA-Tourism Economic Account), dok su već 1997. godine njeni članovi podneli inicijalni predlog satelitskog računa turizma (TSA). Neke zemlje su počele intenzivno da ga razvijaju, dok je OECD u saradnji sa UNWTO i EUROSTAT-om samostalno radio na razvijanju metodologije satelitskog računa turizma. UNWTO je na kongresu u Otavi još 1991. godine postavila okvir za razvoj TSA, kroz preporuke i smernice za definisanje pojedinačne ekonomske aktivnosti turizma, pri čemu se očekivalo da će zemlje pratiti princip SNA'93 standarda (Sistem of National Accounts), izdate od strane UN. Važan korak u razvoju TSA metodologije je ostvaren 1999. godine na Konferenciji u Nici, gde je UNWTO predstavila konceptualni okvir za TSA, kojim su se bavili stručnjaci OECD-a i EUROSTAT-a. Godine 2000. EUROSTAT, OECD-a i UNWTO izdali su zajednički priručnik metodologije za izradu TSA - Preporučeni metodološki okvir (TSA:RMF⁶² - TSA Recommended Methodological Framework) koji predstavlja odlučujući korak ka razvoju TSA. Kako njegov podsistem zavisi od razvoja i upotrebe SNA'93, istovremeno se pojavljuju nova pitanja koja zahtevaju dodatnu nadogradnju. Godine 2000., Komisija za statistiku UN usvojila je zajedničku metodologiju TSA, koja je postala uobičajena i univerzalna koncepcija za praćenje turizma i njegovog uticaja na nacionalnu ekonomiju. EUROSTAT je 2002. godine izdao priručnik za upotrebu i kreiranje TSA, koji pruža tehničke i operativne smernice kako ⁶³iti i koristiti celu ili samo deo opcija metodologije primenjene na pojedinačne države (European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts).⁶²

Usvajanje konceptualnog TSA okvira od strane Ujedinjenih nacija sektora za statistiku 2000. godine objašnjava TSA kao statistički instrument, „satelit“ koji se vrti oko konceptata, definicija i agregata sistema nacionalnih računa koji omogućava poređenja sa drugim delatnostima, kao i između zemalja ili grupe zemalja.⁶³

Najnovija metodologija koju koristi UNWTO, OECD i Eurostat TSA:RMF 2008 bazira se na nacionalnim računima SNA:2008. Roba koju su kupili posetioeci na svom putovanju je novčano iskazana i privredne grane koje pružaju te usluge ili proizvode mogu biti identifikovane na taj način. One privredne grane koje nisu snabdevači turističkih proizvoda ili usluga (npr. kao

24

⁶² <http://statistics.unwto.org/en/content/conceptual-framework-tsa-tourism-satellite-account-recommended-methodological-framework-tsar>

⁶³ EUROSTAT *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts*

http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/statmanuals/files/TSA_EIM_EN.pdf

⁶⁴ Buhalis D., Costa C. (2005.), *Tourism Management Dynamics trends, management and tools* str 235.

rudarstvo) su isključeni iz ovakvog vida analize. Takođe ovaj pristup TSA se koristi za procenu direktnih efekata turizma na privredu zemlje.⁶⁴ Dok WTTC pristup pored direktnih efekata izračunava i indirektni i indukovane efekte na BDP, potrošnju, zaposlenost i investicije u turizam.

2.3.2. WTTC i OEF pristup

Svetski savet za putovanja i turizam (WTTC) zajedno sa stručnjacima iz WEFA⁶⁵ (*Wharton Econometric Forecasting Associates*) razvija model simulacije TSA, prvo za Sjedinjene američke države i razvijene zemlje, a potom i za ostale. WTTC model je dopunjen od strane Instituta za ekonomska predviđanja Oksford (*OEF*⁶⁶ - *Oxford Economics Forecasting*), 2001. godine.

Za razliku od teškog i skupog razvoja i implementacije metodologije TSA, metoda WTTC je jednostavnija i brža, pri čemu je osnovna prednost ove metode brzina izračunavanja uticaja turizma na ekonomiju zemlje, jer se zasniva na procenama. Ova metodologija je specifična po tome što brže reaguje na faktore koji dovode do značajnijih promena na turističkom tržištu. Podaci turističke ponude i tražnje za potrebe turizma, prema metodi TSA sadrže izvesne konceptijske i metodološke razlike, koje treba uzeti u obzir prilikom interpretacije rezultata.⁶⁵

Svetski savet za putovanja i turizam je prvo izračunao i obradio pojedinačne podatke za SAD, a potom i za zemlje članice OECD zajednice. Istraživanja su vršena na osnovu statističkih serija podataka o turističkim posetama, deviznom prilivu i odlivu, na osnovu demografskih podataka, trendova BDP-a, finalne potrošnje u razvijenim zemljama koje su članice OECD zajednice. Model procenjuje pojedinačne elemente za ove zemlje, pri čemu su upotrebljeni različiti aspekti potrošnje za sve zemlje članice OECD. Za ostale zemlje van OECD zajednice procene su mnogo više paušalne na osnovu analize vremenskih serija i funkcije tražnje/potrošnje pojedinih celina pa ih dobijaju na osnovu nalaza iz određenih zemalja. Tako, na osnovu koeficijenata i parametara potrošnje i proizvodnje u 11 zemalja sveta (Brazil, Kina, Hong Kong,

⁶⁴Libreros M., Massieu A., Mers S., (2006) *Progress in Tourism Satellite Account implementation and development*, Journal of Travel Research 45, str 83-91

⁶⁵https://en.wikipedia.org/wiki/Wharton_Econometric_Forecasting_Associates

⁶⁶<http://www.oxford-economics.com/>

⁶⁷Department of Statistics and Tourism Satellite Account (2008), *Measuring The UN TSA approach vs. WTTC approach* Madrid.

Indija, Indonezija, Turska, Filipini, Portoriko, Singapur, Južna Afrika i Tajland), se dobija model za izračunavanje turizma u pojedinim zemljama (kao na primer za Sloveniju).⁶⁶

WTTC je napravio ove metodologije izračunavanja za skoro sve zemlje sveta, za različite regionalne grupacije, uključujući projekcije za naredne godine. U svojim istraživanjima WTTC može veoma brzo da pokaže uticaj egzogenih (spoljnih) događaja na turističke tokove i privredu (kao na primer 11. Septembar 2000, ekonomska kriza, prirodne katastrofe itd.). WTTC obuhvata pored direktnih, indirektnih i indukovanih (izazvanih) efekte kroz svoje godišnje istraživanje. WTTC verzija takođe koristi nacionalne račune kao osnovu za analitički okvir, ali je usvojio mnogo širu definiciju turističke tražnje. Ovakav pristup tvrdi da ako pojedinac koristi svoja kola za odmor ili poslovno putovanje jedan deo bi trebao da bude dodeljen turizmu kao trošak koji je nastao na putovanju. Pored toga određene kategorije putnika kao što su radnici na granicama, imigranti, izbeglice i studenti su uključeni u WTTC definiciju putovanja i turizma. WTTC je predstavio simulirani model TSA za Srbiju 2013. godine o čemu će kasnije biti reči u trećem poglavlju.⁶⁷

2.4. Ključni koncepti satelitskog računa turizma

TSA ima nekoliko ključnih definicija koje će turizam kao delatnost razlikovati u odnosu na ostatak privrednih aktivnosti. Posmatraće se turizam sa aspekta proizvodnje (ponude) i sa aspekta potrošnje (tražnje).

2.4.1. Turizam sa aspekta proizvodnje

Satelitski račun turizma predstavlja (TSA) konceptijski okvir za sveobuhvatno usaglašavanje podataka turizma vezanih za ponudu i upotrebu (SUT) i pruža širi pregled ukupne međunarodne turističke tražnje uključujući ne samo turističku potrošnju već i bruto investicije u osnovna sredstva u turizmu i kolektivnu potrošnju turizma (TSA RMF:2008).⁶⁸

18

⁶⁶ Ministrstvo za gospodarstvo, (2004.). *Implementation of Tourism Satellite accounts in Slovenia, Estimation of economic impact of tourism in Slovenia with Tourism Satellite Accounts methodology (TSA)*. Ljubljana, str. 26.

⁶⁷ WTTC (2013) *Methodology for producing the 2013 WTTC Oxford Economics Travel & Tourism Economic Impact Research*. str. 21-6

⁶⁸ UNWTO. *General guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA). Measuring total tourism demand*. vol I. UNWTO Madrid, Spain. str. 71.

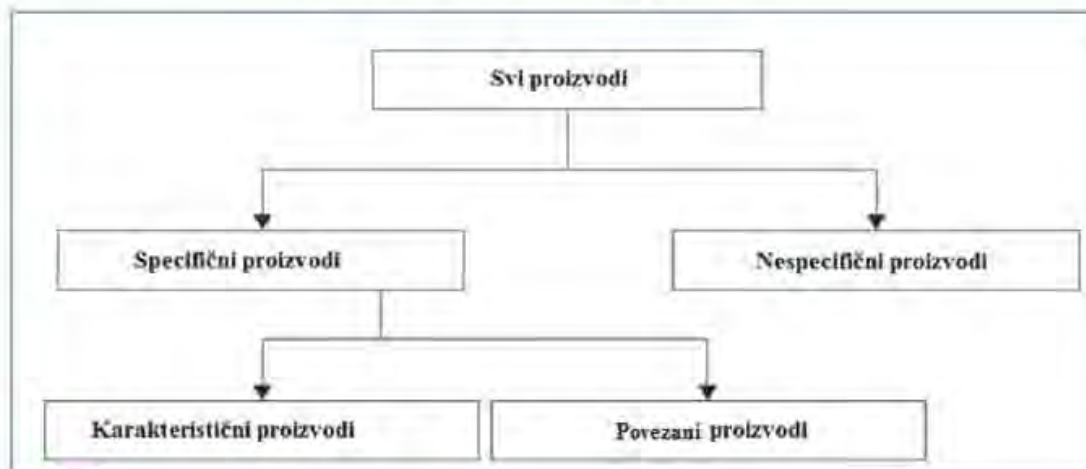
U konceptu TSA, proizvodnja se može podeliti u tri kategorije.

Prva su **robe i usluge karakteristične za turizam** – to su proizvodi koji bi, u većini zemalja, prestali da postoje da nema turizma (npr. smeštaj, turističkih usluga, žičare, itd.).

Druga kategorija se sastoji od **proizvoda vezanih za turizam ili povezanih roba i usluga** - to su proizvodi koje konzumiraju turisti u značajnim količinama, ali nisu uključeni u listu proizvoda karakterističnih za turizam (npr. taksi prevoz, menjačnice). Roba karakteristična za turizam i roba i usluge vezane za turizam zajedno se nazivaju **proizvodi specifični za turizam**.

Treća kategorija se sastoji od **ne-specifične ili proizvodnje koja nije vezana za turizam** (npr. pasta za zube i npr. maloprodaje). U praksi, granica između različitih grupa nije uvek jasna. U okviru austrijskog TSA, proizvodi vezani za turizam i oni koje se ne vezuju za turizam su kombinovani u jednu grupu.⁶⁹ Na slici br. 2-1. je grafički prikazana klasifikacija proizvoda.

Slika br.2-1. Klasifikacija proizvoda



Izvor: Vanhove N.(2011.), *Economics of Tourism Destinations*, Elsevier Butterworth-Heinemann, str. 29.

Klasifikacija proizvoda je prvi put razvijena u Međunarodnim preporukama statistike turizma 2008. Pored potrošnje proizvoda, uključuje i druge proizvode koji cirkulišu u referentnoj ekonomiji.⁷⁰

⁶⁹ Vanhove N. (2011.), *Economics of Tourism Destinations*, Elsevier Butterworth-Heinemann, str. 25-34.

⁷⁰ UNWTO, EUROSTAT, OECD, UNSD, (2008), *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, str. 24.

2.4.2. Turizam sa aspekta potrošnje

a. Posetilac i turista

⁷¹ Pod pojmom putovanje podrazumevaju se aktivnosti putnika. ⁷² Putnik je neko ko se kreće između različitih geografskih lokacija, iz bilo kog razloga i trajanja. Putovanje ima ⁷³ onomske posledice u mestu posete putnika i postalo je bitno polje ekonomskog posmatranja. Posetilac je svaka osoba koja putuje u mesto koje ne predstavlja njegovo/njeno uobičajeno okruženje za period manji od 12 meseci iz razloga koji nije zaposlenje. ⁷⁴ Dok nam reč turista daje konotaciju putnika koji putuju u slobodno vreme, postoje putnici koji putuju da susretnu klijente kao što su zaposleni u kompanijama ili oni putnici koji posećuju roditelje u svom rodnom gradu. Reč „posetilac“ će uključiti ove putnike. Postoje neki slučajevi gde možemo da isključimo određene posetioce. Diplomate, vojno osoblje i radnici na migracijama su isključeni iz pojma posetilaca, jer njihovo zanimanje ima različito značenje od pojma turista. ⁷⁵ Dakle, važna ideja za diferenciranje ne bi bila da li je osoba turista ili nije, nego da li će osoba biti posetilac ili ne.

b. Uobičajeno okruženje i okruženje koje nije uobičajeno

⁷⁶ Uobičajeno okruženje se može posmatrati kao geografske granice u okviru kojih se osoba kreće u svakodnevnom životu. Definirano je u odnosu na: ⁷⁷

- ⁷⁸ • Učestalost - mesta koja pojedinac svakodnevno posećuje se smatraju delom njegovog uobičajenog okruženja čak i ako su ova mesta udaljena od njegovog stalnog mesta boravka;
- ⁷⁹ • Razdaljinu - mesta locirana nedaleko od mesta stalnog boravka pojedinca su takođe deo njegovog uobičajenog okruženja.

Potrebno je definisati jedan jednostavan metod za odlučivanje da li osoba može da se smatra „posetiocem“ ili ne. Jedna od mogućih metoda bi mogla biti „rastojanje“ koje bi se koristilo kao linija razdvajanja, sa tim da oni koji prelaze rastojanje veće od određenog smatraju se posetiocima. Međutim, ne postoji univerzalna mera za rastojanje. Kriterijum rastojanja za posetioce je različit od zemlje od zemlje. Neko univerzalno rastojanje je oko 80km, međutim za

⁷¹ UNWTO, EUROSTAT, OECD, UNSD, (2001). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, str. 1.

⁷² Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis. Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts* str 151-152.

⁷³ Republički zavod za statistiku Srbije (2013.), *Satelitski račun turizma* Beograd, str 6-7.

zemlje kao što su Bahrein u arapskom zalivu ili Aruba u Karibima, ukoliko je to kriterijum, niko nikada ne bi bio klasifikovan kao posetilac.⁷⁴

c. Trajanje putovanja

Posetilac može biti turista ukoliko noći u mestu boravka i može biti izletnik (jednodnevni posetilac) ako njegova poseta ne uključuje noćenje. U većini država jednodnevni posetioci su uglavnom domaći, međutim mogu biti i strani jednodnevni posetioci posebno u manjim zemljama **7** u pograničnim predelima gde je moguće preći u drugu zemlju. Dužina boravka posetilaca **može se odrediti prema broju putovanja i broju noćenja posetilaca.** Ovo je veoma važan pokazatelj tražnje za uslugama i proceni turističke potrošnje.⁷⁵

d. Razlog putovanja

U zavisnosti da li je putovanje u svrhu turizma ili ne navodi se kao osnovi razlog putovanja. Ako posetilac zaradi novac tokom putovanja što je čest slučaj sa mladima koji rade kako bi zaradili i pokrili deo troškova putovanja, takvo putovanje se smatra turističkim jer je idalje glavni razlog putovanja turističke prirode. Ali ako je glavni razlog putovanja zaposlenje i zarada onda se taj putnik ne smatra turistom.⁷⁶

e. Klasifikacija posetilaca

Posetioci mogu biti:

- Strani posetioci – su oni čija zemlja boravka nije zemlja posete; Takođe, strani posetioci uključuju rezidente koji trajno žive u inostranstvu, koji predstavljaju važan segment tržišta sa posebnim karakteristikama;
- Domaći posetioci – su oni čija zemlja boravka je i zemlja posete; oni mogu biti stanovnici ove države ili strani državljani.⁷⁷

3

⁷⁴Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*, str 150-151

⁷⁵Republički zavod za statistiku Srbije.(2013.), *Satelitski račun turizma* Beograd, str 6-7.

⁷⁶Republički zavod za statistiku, (2010),*Nacrt Metodologije istraživanja o potrošnji domaćih posetilaca za potrebe satelitskih računa turizma*,Beograd.str 7

⁷⁷UNWTO,EUROSTAT,OECD,UNSD,(2001),*Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*,str.17-18.

2.4.2.1. Potrošnja posetilaca

a) Klasifikacija prema vremenu kupovine

7

Vreme kupovine može biti:⁷⁸

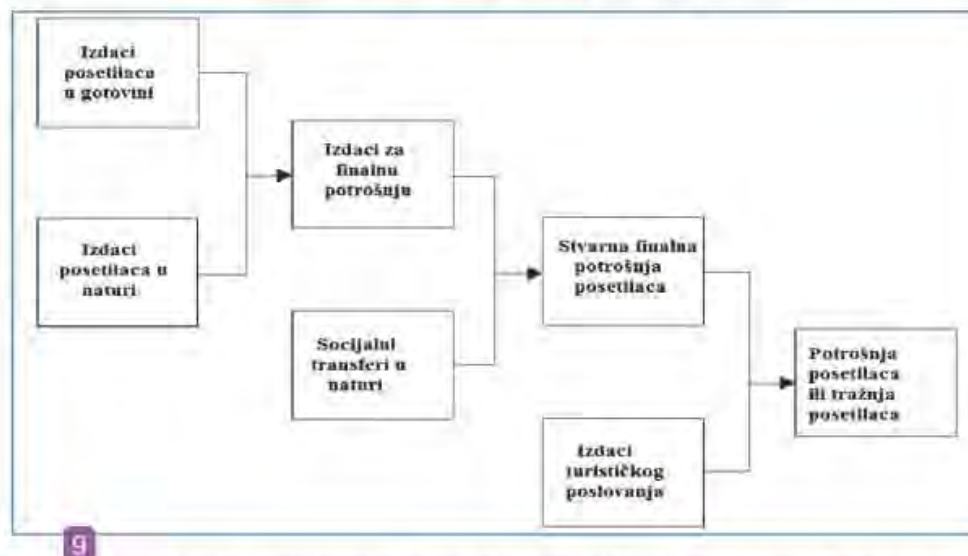
- Pre putovanja (npr. nabavka opreme za kampovanje ili kupovina putnog osiguranja).
- Tokom putovanja kada turista kupuje neophodne stvari, suvenire, iznajmljuje rent-a car, itd.
- Nakon povratka sa putovanja (na primer: izrada slika sa putovanja, itd.)

7

b) Izdaci za turizam i turistička potrošnja

Turistička potrošnja i izdaci za turizam bi trebalo da imaju isto značenje ali u TSA turistička potrošnja je šira kategorija od turističkih izdataka. Pored izdataka posetilaca u gotovini i naturi uključuje i socijalne transfere u naturi što se vidi na slici br.2-2.⁷⁹

Slika br. 2-2. Komponente potrošnje posetilaca



Izvor: Vanhove N. (2011.), *Economics of Tourism Destinations*. Elsevier Butterworth-Heinemann, str. 27

⁷⁸ Republički zavod za statistiku, (2010.), *Nacrt Metodologije istraživanja o potrošnji domaćih posetilaca za potrebe satelitskih računa turizma*, Beograd, str. 7

⁷⁹ Vanhove N. (2011.), *Economics of Tourism Destinations* Elsevier Butterworth-Heinemann, str. 25-34

Postoje četiri glavne kategorije:⁸⁰

1. Finalna potrošnja posetioca u gotovini
2. Finalna potrošnja posetioca u naturi
3. Turistički socijalni transferi u naturi
4. Izdaci turističkog poslovanja

1. Finalna potrošnja posetioca u gotovini pokriva ono što se obično podrazumeva pod „izdaci posetioca“ i deo je finalne tražnje. Predstavlja najvažniju komponentu ukupne potrošnje. Ovde posebnu pažnju treba obratiti na potrošačka trajna dobra. Potrebno je napraviti razliku između „turističke robe sa jednokratnom namenom“ tj. roba koja se isključivo koristi na putovanjima (npr. skijaška opreme, oprema za kampovanje, prtljag, itd.) i „višenamenska roba“, koja se koristi na odmoru ali i u uobičajenom okruženju (kao što su kamere i automobili). U okviru TSA jednokratna turistička roba je uvek uključena, bilo da je kupljena pre, tokom ili posle puta dok je višenamenska roba uključena samo ako se kupi tokom odmora.

2. Finalna potrošnja posetioca u naturi se sastoji od ne-novčanih transakcija, i obuhvata razmenu dobara, proizvodnju za sopstvenu finalnu upotrebu (npr. kuće za odmor koje se dobijaju na korišćenje besplatno), i prihoda u naturi (npr. praznici ponudeni od strane poslodavca).

3. Turistički socijalni transferi u naturi odnose se na netržišne usluge koje pružaju vladine organizacije ili neprofitne institucije koje pružaju usluge domaćinstvima. Primeri ovih netržišnih usluga su zdravstvene usluge pružene posetiocima (npr. banje), i aktivnosti kao što su posete muzejima, gde ukupni troškovi ne mogu biti u potpunosti pripisani turizmu.

4. Izdaci turističkog poslovanja obuhvataju turističke troškove koji su klasifikovani kao posredna (međufazna) potrošnja preduzeća, vladinih organizacija i nevladinih organizacija. Uglavnom su to troškovi za prevoz i smeštaj zaposlenih na službenom putu, i smatraju se međufaznom potrošnjom.⁸¹

Kao i kod potrošnje posetioca, pažnja se mora posvetiti kolektivnoj potrošnji u turizmu. U slučaju turizma, kolektivne usluge se odnose (između ostalog) na zakonodavstva i propise u vezi turizma, promociju turizma od strane javnih agencija, održavanje reda i bezbednosti, i održavanje javnog domena. Za sada, kolektivna potrošnja u turizmu nije deo TSA i ostaje kao

⁸⁰ Vanhove N. (2011.), *Economics of Tourism Destinations* Elsevier Butterworth-Heinemann, str. 25-34.

⁸¹ OECD, European Union, United Nations, UNWTO, Eurostat. *Tourism Satellite Account. Recommended Methodological Framework* str. 26-27.

stvarna finalna potrošnja sektora ⁷ žave. Međutim, u TSA sistemu, vrši se predviđanje tabele kolektivne potrošnje u turizmu. Ovakvo definisana turistička potrošnja predstavlja osnovu za obračun bruto dodate vrednosti turizma.

c) Kategorije turističke potrošnje

⁷ Kategorije turističke potrošnje mogu se razvrstati prema različitim oblicima turizma. Oblici turizma i kategorije turističke potrošnje prikazane su u tabeli br.2-1.⁸²

Tabela br.2-1. Oblici turizma i kategorije turističke potrošnje

Tabela 1	Dolazni turizam (Inbound tourism): sastoji se iz aktivnosti inostranog posetioea u zemlji.	Turistička potrošnja dolaznih turista(Inbound tourism consumption): je turistička potrošnja ostvarena od inostranih posetilaca u zemlji.
Tabela2	Domaći turizam (Domestic tourism): sastoji se iz aktivnosti domaćeg posetioea u zemlji.	Domaća turistička potrošnja (Domestic tourism consumption): je turistička potrošnja domaćeg stanovništva u zemlji.
Tabela 3	Odlazni turizam - van granica (Outbound tourism): sastoji se iz aktivnosti domaćeg posetioea u inostranstvu.	Turistička potrošnja u okviru odlaznog turizma - van granica (Outbound tourism consumption): je turistička potrošnja domaćih putnika u inostranstvu.
Tabela 4 = Tabela 1 + Tabela 2	Unutrašnji turizam(Internal tourism): sastoji se od domaćeg turizma i turizma unutar granica, tj. aktivnosti domaćih i stranih posetilaca u zemlji.	Unutrašnja turistička potrošnja(Internal tourism conusumption): je turistička potrošnja domaćih i stranih posetilaca u zemlji.
Tabela 2 + Tabela 3	Nacionalni turizam (National tourism): sastoji se od domaćeg turizma i turizma van granica, tj. aktivnosti domaćih posetilaca u zemlji i u inostranstvu.	Nacionalna turistička potrošnja (National tourism consumption): je turistička potrošnja domaćih posetilaca u zemlji i inostranstvu.

²¹ Izvor: General guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA), Measuring total tourism demand, vol1. UNWTO Madrid,Spain.

U tabeli br. 2-1. Prva kolona predstavlja tabele satelitskog računa turizma, kojih ukupno ima 10. Prve četiri tabele se odnose na potrošnju. Iz tabele br.2-1. se vidi da je prva tabela TSA

⁸²UNWTO. General guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA), Measuring total tourism demand, vol1. UNWTO Madrid,Spain: str. 71.

predstavljena potrošnjom inostranih posetilaca unutar zemlje. Druga tabela TSA predstavlja turističku potrošnju domaćih posetilaca u zemlji. Treća tabela TSA predstavlja turističku potrošnju domaćeg posetioca u inostranstvu. Četvrta tabela TSA predstavlja turističku potrošnju domaćih i inostranih posetilaca u zemlji. Dobija se kao zbir domaće turističke potrošnje i turističke potrošnje unutar granica.

2.4.3. Ekonomski agregati

Ekonomski agregati su deo TSA, i njihov značaj veoma visok, jer mere značaj turizma u privredi zemlje. Glavni agregati moraju biti primenljivi u okviru privrede tako da se mogu uporediti sa drugim makroekonomskim pokazateljima. Oni se mogu meriti u nacionalnoj ili bilo kojoj drugoj valuti. Upotreba međunarodne valute daje direktniju međunarodnu uporedivost, ali takva konverzija zahteva korišćenje određenih ekvivalentnih metoda. U skladu sa međunarodnim preporukama obračunavaju se sledeći agregati koji predstavljaju set indikatora relevantnih za merenje značaja turizma u ekonomiji.⁸³

- Unutrašnji turistički izdaci (*Internal tourism expenditure*)
- Unutrašnja turistička potrošnja (*Internal tourism consumption*)
- Bruto dodata vrednost turističkih delatnosti (*Gross value added of the tourism industries*)
- Direktna bruto dodata vrednost turizma (*Tourism direct gross value added*)
- Direktni bruto domaći proizvod turizma (*Tourism direct gross domestic product*)

Međunarodno prihvaćena metodologija za izradu TSA preporučuje obratiti pet pokazatelja doprinosa turizma na privredu. Prva dva se odnose na potrošnju (unutrašnji turistički izdaci i unutrašnja turistička potrošnja), a ostali pokazatelji na ponudu (Bruto dodata vrednost turističkih delatnosti, Direktna bruto dodata vrednost turizma, Direktni bruto domaći proizvod turizma). Izračunata dodata vrednost turizma i izračunati bruto domaći proizvod turizma merilo su izračunatog doprinosa turizma na privredu zemlje.⁸⁴

⁸³UNWTO,EUROSTAT,OECD,UNSD,(2001).*Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, str 67

⁸⁴Ministrstvo za gospodarstvo,(2004). *Implementation of Tourism Satellite accounts in Slovenia,Estimation of economic impact of tourism in Slovenia with Tourism Satellite Accounts methodology (TSA)*, Ljubljana, str 26.

18

U okviru unutrašnjih turističkih izdataka i unutrašnje turističke potrošnje prikazuju se turistički izdaci dolaznih i domaćih turista tj. potrošnja kao najširi obuhvat izdataka i ostalih vrsta potrošnje dolaznih i domaćih turista.

Bruto dodata vrednost turističkih delatnosti (BDVTD) je suma ukupne dodate vrednosti (u bazičnim cenama) svih ekonomskih subjekata iz turističkih delatnosti⁸⁵.

18 Direktna bruto dodata vrednost turizma (DBDVT) obuhvata deo dodate vrednosti turističkih i ostalih delatnosti koji je stvoren turističkom tražnjom i merilo je direktnog doprinosa turizma ekonomiji.

Direktni bruto domaći proizvod turizma (DBDPT) jednak je sumi dodate vrednosti turističkih i ostalih delatnosti koji je stvoren unutrašnjom turističkom tražnjom i neto poreza na proizvode (razlika između poreza i subvencija) uključene u vrednosti turističkih izdataka po kupovnim cenama. BDP turizma meri samo direktne efekte turističke potrošnje i to samo unutrašnje. Ne uzima u obzir indukovane (izvedene) kao ni indirektne efekte turizma.

2.5. Standardi i regulative koje propisuje TSA

Sistemi statistike turizma i satelitskog računa turizma su alati pomoću kojih se može bolje razumeti uloga turizma u ekonomiji i tačnije izmeriti. Mogućnosti u okviru ovog polja izlaze izvan jednostavne primene statistike i obračuna. I dok satelitski računi turizma moraju težiti da budu konzistentni sa sistemima nacionalnih računa oni takode moraju i da:⁸⁶

- Definišu kompletnu ekonomiju povezanu sa turizmom
- Usvoje rigorozne metodologije koje su uporedive sa onima koje se koriste za merenje drugih industrija u nacionalnim računima, i
- Unaprede tačnost i pouzdanost podataka vezanim za turizam do stadijuma u kojem se prave poređenja između nacionalnih ekonomija.

8

⁸⁵ Zavod za statistiku Crne Gore. (2009) *Satelitski računi u turizmu (TSA) za 2009. godinu pilot istraživanje*. Podgorica: 3, 5.

⁸⁶ Eurostat *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework*. str.10-12.

„Preporučeni metodološki okvir“ (RMF:2008) je glavna konceptualna referenca za implementaciju TSA. Druge relevantne reference su tehnička uputstva TSA koje propisuje Svetska turistička organizacija kao i OECD preporuke, koje se uglavnom odnose na procenu zapošljavanja u turizmu. Ove teorijske smernice su prenesene u praktične instrukcije za zemlje članice EU integriranjem principa i koncepata sa evropskim standardima predstavljenim od strane ESA (95), Direktiva Saveta, Propisa poslovnog saveta, EU klasifikacijama kao i iskustvo do kojeg je došla svaka od zemalja. Na ovaj način je moguće obezbediti uporedivost među zemljama EU kao koristeći isti sistem modela kroz međunarodno prihvaćenu metodologiju TSA.

Metodološki sistem turizma EUROSTAT-a je strukturiran na takav način da reflektuje specifične potrebe EU zemalja i deo njega ima status zakona. Ovo je glavni razlog zašto EUROSTAT mora da garantuje koherentnost TSA sa ESA (Evropski sistemom nacionalnih računa, 1995), Propisa strukturne poslovne statistike (Propis saveta br. 58/97, 96/12/20), propisa kratkoročne poslovne statistike (Propis saveta br. 1165/98, 98/05/19), Propisa poslovnih registara (Propis saveta br. 2186/93, 93/7/22), Propisa statističkih jedinica (Propis saveta br. 696/93, 93/3/15), itd. Principi ovakvog sistema su opisani u metodologiji EUROSTAT-ove turističke statistike, dok su sakupljanje podataka i elaboracija formulisani u Direktivi saveta EU, sa ciljem harmonizacije i unapređenja statističkih podataka kreiranim od strane zemalja članica. Prema rezultatima istraživanja EUROSTAT-a, većina zemalja članica je navela statistiku turizma i nacionalni račun kao najvažnije izvore informacija za popunjavanje TSA tabela. Sve zemlje potvrđuju važnost podataka koji dolaze od primena EU direktiva a uputstvo za implementaciju EIM TSA:RMF 2008 daje smernice o tome kako da ih treba koristiti kroz konkretna i praktična rešenja.⁸⁷

2.6. Mesto satelitskih računa turizma u sistemu nacionalnih računa

Sistem nacionalnih računa ima važno mesto u statističkom sistemu i služi kao osnova za vođenje ekonomske politike i donošenje odluka i pomoću njih se može precizno izmeriti nivo ekonomske razvijenosti zemlje, promena u proizvodnji, potrošnji, štednji, investicijama u osnovne fondove, izvozu i uvozu, stope ekonomskog rasta, itd. Oni predstavljaju srž, informativni i analitički metod statističkog sistema.⁸⁸

Nacionalni računi su povezani i integrirane celine makroekonomskih računa, bilansi i tabele, koji se temelje na međunarodno priznatim konceptima, definicijama, klasifikacijama i računovodstvenim pravilima. Tako integriran sistem obezbeđuje potpune informacije o ekonomskoj aktivnosti privrede kao celine. Sistem nacionalnih računa (SNA - *Sistem of National Accounts*), predstavlja međunarodni model sistema nacionalnih računa. SNA predstavlja sveobuhvatan, jedinstven i harmonizovan skup makroekonomskih računa, bilansa stanja i tabela, koji se bazira na međunarodno usvojenim pojmovima, definicijama, klasifikacijama i računovodstvenim pravilima.⁸⁹ Na ovaj način se omogućava međunarodno poređenje ekonomija kroz isti sistem standarda.⁹⁰

Satelitski računi su sastavni deo sistema nacionalnih računa (SNA). Satelitski računi proširuju analitički kapacitet SNA za odabrane oblasti kao što su obrazovanje, zdravstvo, turizam, životna sredina, itd, bez preopterećenja centralnog okvira. Satelitski računi su povezani, ali se razlikuju od centralnog sistema nacionalnih računa (SNA).⁹¹

U SNA, turizam nije identifikovana delatnost. Ono što ga čini različitim od drugih tradicionalnih delatnosti je tražnja kao pokretač vrednosti, a ne kao kod tradicionalnih delatnosti gde je pokretač ponuda. Turizam je ono što posetilac radi, šta posetilac troši, i šta posetilac koristi, definisano uglavnom u svrhu aktivnosti ili putovanja. Identifikovani turistički proizvodi i usluge su ugrađeni u različite sektore u okviru nacionalnih računa. Potrošač (posetilac) takođe je okarakterisan kao privremen, pri čemu na kraju putovanja, posetilac prestaje da postoji što je suprotno definiciji potrošača u SNA, što ga čini težim da se navede jasno u standardnom sistemu (TSA : RMF 2008). Sa druge strane, delatnosti u SNA se obično definišu korišćenjem output-a kao svog temelja.⁹²

⁸⁸ www.rzs.stat.gov.rs

⁸⁹ Republički zavod za statistiku (2012), *Metodološka objašnjenja, Godišnji nacionalni račun* Beograd, str. 3.

⁹⁰ Republički zavod za statistiku (2012), *Statistički godišnjak republike Srbije, Nacionalni račun za 2012. godinu* str. 99.

⁹¹ Isto, str. 4.

⁹² Virola R, Reyes R, Polistico P, Oliveros A (2011), *Things Statisticians wanted to know about the Tourism Satellite Account but were afraid to ask*, Iloilo City, str. 11-12.

Satelitski račun turizma (TSA) je analitički metod koji pruža elaboraciju sektora turizma u kontekstu SNA. TSA mogu uključiti neke razlike u odnosu na centralni sistem, ali oni ne menjaju osnovne koncepte SNA na fundamentalni način. Mnogi elementi prikazani u TSA su nevidljivi u centralnim računima ili su eksplicitno procenjeni u izradi centralnog računa, ali su za prezentaciju u više agregatnim brojevima.⁹³

7

Kompletni satelitski račun turizma obezbeđuje:⁹⁴

- Makroekonomske agregate koji opisuju veličinu i ekonomski doprinos turizma, u skladu sa sličnim agregatima za ukupnu ekonomiju i za druge proizvodne privredne aktivnosti i funkcionalne oblasti;
- Detaljne podatke o potrošnji turizma, širi koncept povezan sa aktivnošću posetilaca kao potrošača, i opis kako se ta tražnja ispunjava od strane domaće ponude i uvoza, integrisane u tabelama izvedenim iz tabela ponude i potrošnje;
- Detaljne obračune proizvodnje turističke industrije, uključujući i podatke o zaposlenosti, veze sa drugim proizvodnim privrednim aktivnostima i formiranjem bruto fiksnog kapitala;
- Vezu između ekonomskih podataka i ne-monetarnih informacija o turizmu, kao što su broj putovanja (ili poseta), trajanje boravka, svrhe putovanja, vidovima transporta, itd, koji su neophodni za specifikaciju karakteristika ekonomskih varijabli.

7

10

⁹³Kotsova (2013). *Tourism Satellite Accounts: Reconciling supply and demand and integration with National Accounts*. Regional Workshop on Travel and International Tourism Consumption

⁹⁴Viola R, Reyes R, Polistico F, Oliveros A (2011). *Things Statisticians wanted to know about the Tourism Satellite Account but were afraid to ask* Iloilo City, str. 11-12.

2.6.1. Input (I) –Output (O) tabele u međunarodnom sistemu nacionalnih računa (SNA)

Praćenje sektora turizma sa stanovišta tražnje je isključivo moguće kroz upotrebu input-output modela, što je uveo ekonomista Vasilij Leontijev, pri čemu je ovaj model poznat i kao model sektorske međuzavisnosti. Empirijska istraživanja međusektorskih odnosa u okviru američke privrede je započeo 1931. godine. Temelje dinamičkih međusektorskih modela Leontijev je postavio u knjizi "Studies in Structure of American Economy" koja je objavljena 1953. godine.⁹⁵ Model se koristi da se predstave sve izmene koje javljaju u ekonomskom sistemu u okviru datog vremenskog perioda. Iz empirijske perspektive, podobnost modela za merenje turizma, je sposobnost merenja efekata promene tražnje na proizvodnu strukturu privrede.

Input-Output model je matematički model koji opisuje tokove novca između sektora privrede. Tokovi se mogu predvideti znajući šta svaka industrija mora da kupi od svake druge industrije. I-O metoda fokusira se na ekonomsku strukturu zemlje beleženjem transakcija između bilo kog sektora i preostalih sektora privrede i sastoji se od dvosmerne tabele u kojoj je svaki sektor predstavljen i u vidu kolone i reda. Različite zemlje obično usvajaju različite verzije tabele, međutim, uobičajeno je da se u svim tabelama razlikuju dve glavne grupe sektora: (a) proizvodni sektori, koji uključuju proizvodne jedinice (tj firme); (b) finalni sektori, koji su jedinice potrošnje (tj. domaćinstva). Finalni sektori su plaćeni prihodima proizvodnih sektora, koji troše zaradu na kupovinu robe za finalnu potrošnju.⁹⁶

Input-output model čine brojne pretpostavke:⁹⁷

- Sve firme u datoj industriji koriste istu proizvodnu tehnologiju i proizvode identične proizvode.
- I-O modeli su u suštini linearni – ukoliko se udvostruči nivo turističke aktivnosti / proizvodnje udvostručiće se svi inputi, broj radnih mesta, itd.
- Model ne prati eksplicitno vreme, ali analitičari uglavnom prijavljuju procene uticaja u okviru jedne godine.
- I-O modeli su čvrsto utemeljeni u nacionalnom sistemu računa, koji se oslanja na standardni industrijski sistem klasifikacije (SIC) i razne vladine ekonomske popise, u kojima pojedinačne firme prijavljuju prodaju, plaćanja za zarade i plate.

Nacionalni računi (makroekonomski bilansi) daju kvantitativni opis ukupne ekonomske aktivnosti zemlje, obezbeđuju kompleksnu analizu ukupnih zbivanja u privredi u svim fazama

⁹⁵ Grdić G. (2013), Makroekonomski bilansi njihova geneza i evolucija, Ekonomski fakultet, Beograd, str.121

⁹⁶ Candela G., Figini P. (2012), *The Economics of Tourism Destinations*, Department of Economics, University of Bologna, Springer str.46-52.

⁹⁷ Stynes D., Approaches to Estimating the Economic Impacts of Tourism, Michigan State University, str.1-10.

razvoja, otkrivaju razvojne tendencije, odnosno zakonitosti privrednog razvoja, i međusobnu zavisnost i uslovljenost pojedinih faza i delova privrede.⁹⁸

U sadašnjem međunarodnom sistemu nacionalnih računa, prikaz input –output tabela se sastoji od sledećih međusobno povezanih tabela i to:⁹⁹

- Tabela raspoloživih isporuka i upotreba (SUT - *supply and use tables*) predstavlja osnovnu tabelu za analizu međusobnih odnosa ekonomskih delatnosti.¹⁰⁰ Istovremeno, je i osnova za uravnoteženje tokova isporuka i upotreba dobara i usluga. Takođe su prikazani podaci o utrošcima u proizvodnji po delatnostima za činioce proizvodnje
- Simetrična input-output tabela

Najvažnija upotreba input-output tabela je za različite vrste ekonomskih analiza. Osnovna uloga input-output analize je analiza veza između finalne tražnje i nivoa proizvodnje po delatnostima. Simetrične I-O tabele koriste se za analizu efekata turističke potrošnje (efekat multiplikatora) u satelitskom računu turizma. Za potrebe TSA naročito je važno imati sastav robnih tokova (tabela isporuke i upotrebe), podeljene na domaće i uvozne i prikazane u dvostrukom sastavu vrednovanja u baznim i tržišnim cenama.¹⁰¹

Značajna osobina nacionalnih računa je integrisanje input-output tabela u sistem nacionalnih računa, što znači da su povezane sa računima dobara i usluga po institucionalnim sektorima. Definicije i koncepti u input-output tabelama su isti kao u drugim delovima sistema nacionalnih računa.¹⁰²

⁹⁸Mladenović D, Đolević V, Šoškić D. (2007) *Ekonomska statistika* Centar za izdavačku delatnost Ekonomski fakultet u Beogradu, str. 255-257

⁹⁹Miljković D., (2001) *Makroekonomski računi*, Centar za izdavačku delatnost, Ekonomski fakultet u Beogradu, str. 207-208

¹⁰⁰Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2002) *Priručnik za Input-Output tablice. Kompilacija i analiza.. Metodološke* te, Zagreb, str. 22-27

¹⁰¹Šutalo I., Ivandić N., Marušić Z., "Ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske: Input - Output model i satelitski račun turizma" – publikacija (Projekat eksperimentalna TSA 2007 po metodologiji Svetske turističke organizacije – izravni i neizravni učinci turizma RH) str. 272-277

¹⁰²Van De Steeg A. *Accounting for Tourism. The Tourism Satellite Account (TSA) in Perspective*, Rijksuniversiteit Groningen Hague, 39-40

2.7. Struktura tabela satelitskog računa turizma i izvori podataka

Kreiranje TSA zavisi od institucionalnih i administrativnih organizacija u zemlji, ukupnog značaja turizma na privredu zemlje, stanja statistike i raspoloživih statističkih izvora za kreiranje nacionalnih računa u skladu sa sistemom nacionalnih računa (SNA). Podaci su takođe dostupni iz statistike o turističkim aktivnostima, posebno detalji o potrošnji posetilaca, ukupnog značaja dnevnih posetilaca u odnosu na one koji noće u zemlji u koju dolaze, podataka o poslovanju turističkih agencija, detaljnih poznavanja transakcija koje ne uključuju gotovinu, detaljne informacije o proizvodnim aktivnostima posebno u sektoru usluga koje posetioци najviše koriste (ovaj deo treba da uključi detaljne statistike o proizvodnji (*output*), ulaganjima (*input*), dodatnoj vrednosti, zaposlenosti) i na kraju tehnička i finansijska sredstva koja služe kreiranju satelitskog računa (ljudski resursi koji su uključeni u projekat moraju imati iskustvo u različitim oblastima ekonomske statistike – nacionalni računi statistike turizma i osnovnih statističkih procedura).¹⁰³ Kvalitet TSA će zavistiti od verodostojnih izvora podataka i njihove detaljne analize.

Da bi razumeli koncepciju satelitskog računa turizma potrebno je predstaviti sistem tabela koje su njegov sastavni deo. Satelitski račun je sistem od deset tabela izvedenih iz ponude (proizvodnje) i potrošnje dobara i usluga u sistemu nacionalnih računa (SNA). Da bi se dobili podaci potrebno je:¹⁰⁴

- iz nacionalnih računa izdvojiti podatke koje se odnose na turizam,
- identifikovati potrošnju posetilaca koja se odnosi na turizam od one koja nije turističke prirode
- analizirati vrednost robe koju kupuju posetioци, uključujući prodajne marže i osnovnu vrednost robe
- klasifikovati potrošnju koja se odnosi na turizam u svrhu odmora i poslovni turizam
- promeniti bruto vrednost turističkih aranžmana u nacionalnim računima u neto vrednosti zahtevane od TSA (svrha je da se odvoji usluga turističke agencije od turističkog aranžmana).

¹⁰³ Virola R., Reyes R., Polistico F., Beros A., (2011.), *Things Statisticians wanted to know about the Tourism Satellite Account but afraid to ask*, Philippine Statistical Association Department of Tourism Annual Conference, str 7-13

¹⁰⁴ UNWTO, UNSD, EUROSTAT, OECD, (2008.), *Recommended Methodological Framework 2008 Tourism Satellite Account (TSA: RMP 2008)*, str 49-50.

Da bi bio razvijen satelitski račun turizma neophodno je obezbediti resurse za njegovu izradu a to su: strukturirani podaci, razvoj baza, razvoj protokola za razmenu podataka, dostupnost informacija za praktičnu analizu modela i prognoza.¹⁰⁵ Satelitski račun se sastoji iz 10 tabela koje su usklađene sa međunarodnim standardima i metodologijom TSA:RMF 2008 a to su:¹⁰⁶

1. Turistička potrošnja ostvarena od inostranih posetilaca (*Inbound tourism consumption*)
2. Turistička potrošnja domaćeg stanovništva u zemlji (*Domestic tourism consumption*)
3. Turistička potrošnja domaćih putnika u inostranstvo (*Outbound tourism consumption*)
4. Interna turistička potrošnja tj. potrošnja od inostranih i domaćih posetilaca u zemlji (*Internal tourism consumption*) 12
5. Proizvodni računi turističkih i drugih delatnosti (*Production accounts of tourism industries and other industries*) 12
6. Ponuda (proizvodnja) i potrošnja (*Domestic supply and internal tourism consumption*)
7. Zaposlenost u turizmu (*Employment in the tourism industries*)
8. Bruto investicije u turizam (*Tourism gross fixed capital formation of tourism industries*) 4
9. Kolektivna potrošnja turizma (*Tourism collective consumption*)
10. Nemonetni pokazatelji (*Non-monetary indicators*)

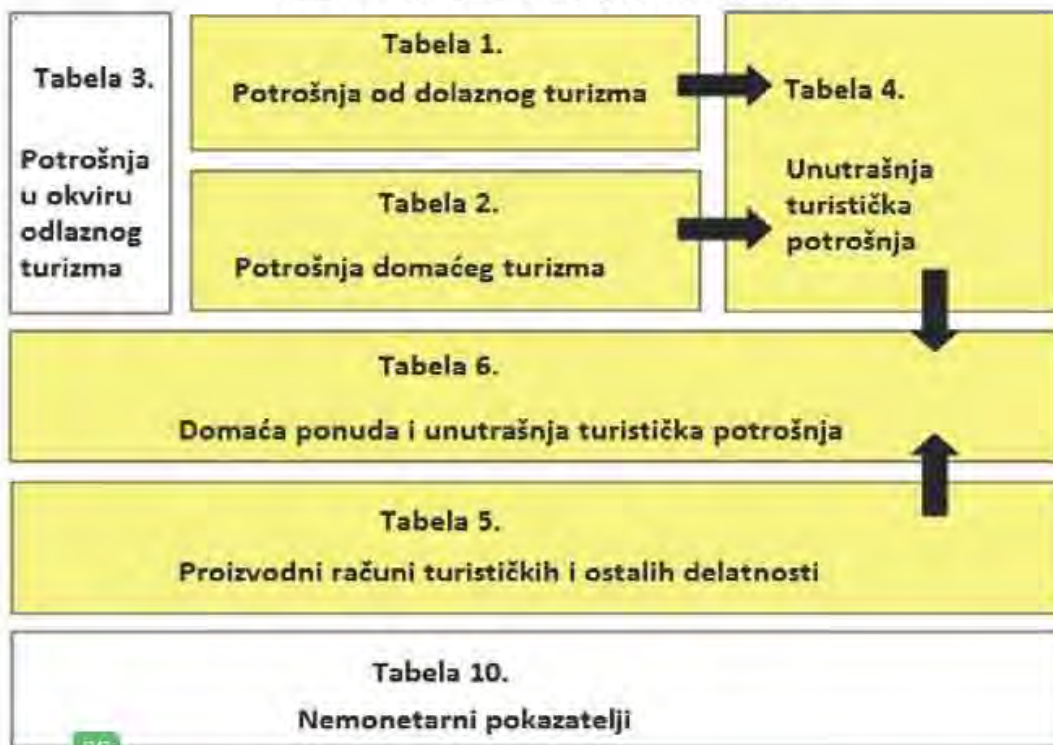
Za prvu fazu izrade TSA potreban je minimalan skup tabela. Kao osnova za izradu projekta TSA koriste se tabele od 1 do 6 kao i tabela 10. Pomenute tabele treba da sadrže detaljan prikaz ponude i potrošnje (izraženo kao potrošnja roba i usluga od strane posetilaca) i aktivnosti koje oni stvaraju, ali i njihovih pratećih agregata u TSA. Tabele se mogu izraziti u tekućim ili stalnim cenama, u 8 maćoj ili stranoj valuti. Tabele 1. do 3. obuhvataju kategorije turističkih izdataka dok tabela, 4 sadrži procenu ukupne unutrašnje turističke potrošnje (turistički izdaci domaćih i inostranih posetilaca uvećani za ostale komponente turističke potrošnje). TSA Tabela 5. predstavlja ponud 16 oja u redovima uključuje sve proizvode a u kolonama sve delatnosti ekonomije. Tabela 6. usklađuje unutrašnju 8 ističku potrošnju s domaćom ponudom. Ta je tabela srž TSA i bez njenog sastavljanja uopšte nije moguće govoriti o izradi TSA. Iz ove tabele moguće je utvrditi i dodatnu vrednost turizma tj. bruto domaći proizvod turizma (BDP).

¹⁰⁵Jovanovic V., Vukasovic S.,(2014). *Adapting the TSA to measure economic contribution of tourism in Serbia* Journal of applied sciences Vol 11/No 2, str 1-9.

¹⁰⁶EUROSTAT.(2010). *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts*. str 49 http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/statmanuals/files/TSA_EIM_EN.pdf

Tabele su međusobno povezane tako da prva i druga tabela čine četvrtu tabelu dok podaci iz četvrtke i pete tabele čine šestu tabelu kao što je predstavljeno na slici br.2-3.¹⁰⁷

Slika 2-3. Tabele Satelitskog računa turizma



Izvor: United Nations. (2011). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*.

2.7.1. Primarni izvori podataka

Različiti izvori podataka su potrebni pri izradi TSA a dostupni su zahvaljujući evropskom zakonodavstvu, direktivi o turističkoj statistici (DTS- Directive on Tourism Statistics EU) ili propisima vezanim za strukturnu poslovnu statistiku (RSBS - Regulation on Structural Business Statistics) i statistiku bilansa plaćanja (BOP – Balance of Payments).¹⁰⁸

¹⁰⁷ UNWTO, UNSD, EUROSTAT, OECD: *Recommended Methodological Framework 2008 Tourism Satellite Account* (TSA RMF 2008), str.49.

¹⁰⁸ Eurostat, *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework* str.19-20.

Korišćenjem već dostupnih izvora podataka dobijamo rezultate:¹⁰⁹

- Koji pomažu da se minimizuju troškovi u pogledu implementacije TSA u okviru nacionalnih statističkih sistema
- Koji obezbeđuju visok stepen harmonizacije jer je cilj evropskog zakonodavstva u konvergenciji i uporedivosti podataka.

Podaci za TSA se dobijaju iz nekoliko već postojećih redovnih istraživanja Evropskog zakonodavstva. Zakonodavni okvir koji bi trebalo uzeti u obzir pri kompletiranju TSA tabela:¹¹⁰

- Direktiva saveta 95/57/EC od 23. novembra 1995 o sakupljanju statističkih informacija u polju turizma (DTS)
- Odluka komisije od 9. decembra 1998 o procedurama za implementaciju Direktive saveta 95/57/EC od 23. novembra 1995 o sakupljanju statističkih informacija u polju turizma.
- Propis saveta (EC, EURATOM) br. 58/97 od 20. decembra 1996 vezano za strukturnu poslovnu statistiku (RSBS)
- Propis saveta (EC) br. 2494/95 od 23. oktobra 1995 vezan za harmonizaciju indeksa potrošačkih cena (RHICP)
- Propis saveta (EC) br. 2223/96 od 25. juna 1996 vezan za evropski sistem nacionalnih i regionalnih obračuna (ESA-95)
- Propis saveta (EEC) br. 3073/90 od 24. oktobra 1990 vezan za statističku klasifikaciju ekonomskih aktivnosti u Evropskoj Uniji
- Propis saveta (EC) br. 1232/98 o statističkoj klasifikaciji proizvoda prema aktivnosti u Evropskoj Uniji (CPA)
- Propis saveta (EC) br. 1165/98 od 19. maja 1998 u pogledu kratkoročne poslovne statistike
- Propis saveta (EC) br. 2186/93 od 22. jula 1993 o koordinaciji zajednice o sastavljanju poslovnih registara u svrhu statistike.

¹⁰⁹UNWTO, UNSD, EUROSTAT, OECD: *Recommended Methodological Framework 2008 Tourism Satellite Account (TSA) RNT 2008* str 49.

¹¹⁰Eurostat, *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework* str 19-20.

Treba naglasiti da su sledeće metodološke smernice veoma važne:¹¹¹

- EUROSTAT, metodologija zajednice vezana za statistiku turizma, Luksemburg, 1998
- EUROSTAT, primena Eurostat metodoloških smernica u osnovnom turizmu i statistici putovanja, Praktično uputstvo, 1996
- EUROSTAT, metodološko uputstvo vezano za dizajn i implementaciju istraživanja u dolaznom turizmu, 2000
- EUROSTAT, metodološke smernice za statistiku poslovnog turizma, Mart, 2000.
- EUROSTAT, metodološke smernice za statistiku o privatnim turističkim uslugama, mart, 2000
- EUROSTAT, smernice za budžet domaćinstva, Luksemburg
- WTO, Merenje ukupne potražnje turizma, opšte smernice za razvoj satelitskog računa turizma (TSA), deo 1, Madrid 2000.
- WTO, merenje turističke ponude, opšte smernice za razvoj satelitskog računa turizma (TSA), tom 2, Madrid, 2000
- OECD, Merenje uloge turizma u OECD ekonomiji, OECD uputstvo za satelitski račun turizma i zapošljavanje, Pariz, 2000.

Odgovarajući izvori podataka su:¹¹²

- Bazirani na anketiranju na nivou domaćinstva/posetioca,
- Bazirani na delatnostima kako turističkim tako i ostalima koji su povezani sa turizmom
- Dobijeni kroz detaljno ispitivanje turista i stanovništva (ankete, intervjui, praćenje turista putem vođenja dnevnika) da bi se kompletirala istraživanja i da bi se popunile tabele TSA.

S obzirom da se TSA sastoji od deset tabela, prve četiri tabele koriste izvore podataka koji su bazirani na posetiocu ili na nivou domaćinstva, dok se tabele 5 i 6 odnose na izvore podataka i informacije koji se dobijaju iz turizma kao privredne delatnosti.

¹¹¹Eurostat *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework*, str.20.

¹¹²Eurostat (2009), *Tourism satellite account in European Union, Practical Guide for the Compilation of TSA: Directory of Good Practices*, Volume 3, Luxembourg, str. 20-26.

2.7.1.1. Izvori podataka bazirani na posetiocu ili na nivou domaćinstva

Statistika turizma koja se primenjuje u Evropiji bazirana na smeštajnim kapacitetima kao i na dolascima i noćenjima prema direktivama statistike turizma Evropske unije (*DTS—Directive on Tourism Statistics*). Treba napomenuti da se prema ovim direktivama obezbeđuju samo informacije o posetiocima koji noće (turistima), dok TSA takođe zahteva i podatke o dnevnim posetiocima. Za potrebe TSA, poznavanje strukture troškova posetilaca je neophodno ali dobijanje pravih informacija može biti veoma složeno. Poslovni turizam se ne uzima u obzir u okviru nekog od ovih istraživanja, pa se za izradu TSA moraju izvršiti dodatne procene i izračunavanja za ovaj segment.

Informacije koje se odnose na troškove potrošnje uzimaju se uglavnom iz istraživanja baziranih na posetiocima i ankete na nivou domaćinstva. Izbor jedne ili druge metode istraživanja zavisi od vremena kupovine (pre puta, na putu ili posle puta) i vrste troškova koji su prikupljeni. U većini zemalja istraživanja o posetiocima se sprovode u zavisnosti da li su posetioci na putu do destinacije ili već na destinaciji, što obezbeđuje kvantitativne i kvalitativne informacije o domaćem i dolaznom turizmu u okviru posmatrane zemlje. Anketiranje na nivou domaćinstva je najkorisniji metod kada je potrebno sakupiti podatke o odlaznom turizmu (potrošnji rezidenata u inostranstvu), jer obezbeđuje informacije o posetama koje su se već desile.¹¹³

a) Istraživanja na nivou domaćinstva ili pojedinca

Postoji nekoliko načina sakupljanja podataka o potrošnji koja se odnosi na putovanja i turizam kroz istraživanja na nivou domaćinstva:¹¹⁴

- Identifikovanjem potencijalnih posetilaca pre njihovog puta i davanjem dnevnika koje će popuniti a koji će se odnositi na dnevne troškove tokom puta.
- Identifikovanjem pojedinaca koji su se vratili sa puta i koji mogu da obezbede svoje dnevne troškove tokom puta
- U svakom trenutku, članovi domaćinstva mogu da budu anketirani o njihovim troškovima pre i posle puta.

¹¹³ Eurostat *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework* str. 21-2. **12**

¹¹⁴ UNWTO *General Guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA), Measuring total tourism demand* volume I str. 49

Anketiranje domaćinstva služi da bi se sakupili podaci o troškovima koji se odnose na domaća i odlazna putovanja. Sakupljanje podataka se može izvesti na više načina: anketama licem u lice, telefonskim intervjuima, i anketama preko pošte a u današnje vreme i elektronskom poštom (Email-om).

Istraživanje u vidu dnevnika je veoma korisno sredstvo prikupljanja podataka. Ova metoda uključuje identifikovanje uzorka (koji čine posetioци na početku njihovog puta ili prilikom ulaska u zemlju) i molbe da beleže svoje troškove tokom puta ili posete. Istraživanje korišćenjem metode dnevnika može da obezbedi informacije o troškovima puta u celini. Kompleksnija verzija istraživanja može da identifikuje mesta troškova svakog dana kao i druge detalje.

Da bi se uporedile potrošačke cene na nivou EU, uspostavljen je „Harmonizovani indeks potrošačkih cena“ (*Harmonised Index of Consumer Prices - HICP*) čiji su faktori bazirani na anketi koja se odnosi na budžet domaćinstva a beleži se kroz dnevnik). Na bazi EU preporuka moraju se ispuniti tzv „praznični upitnici“ za svakog člana domaćinstva, koji se odnose na praznična putovanja koja traju najmanje četiri noći. Za vreme kratkih praznika (1-3 noći) kao i jednodnevnih poseta, detaljne informacije o troškovima registruju se u dnevniku na nivou domaćinstva. Na ovaj način informacije koje se dobijaju u svrhu TSA postaju dostupne. (npr. struktura domaće potrošnje kao i samo ponašanje potrošača).¹¹⁵

b) Istraživanja na graničnim prelazima

Istraživanja na graničnim prelazima su pogodna za procenu troškova međunarodnih posetilaca. Ona se mogu koristiti za dobijanje informacija o troškovima dolaznih posetilaca u zemlju kada oni odlaze, i dolaznih posetilaca, tj. rezidenata koji posećuju inostranstvo onda kada se oni vraćaju kući. Ova metodologija je najbolje razvijena na mestima na kojima je potrebno da se međunarodni posetioци zaustave radi imigracione procedure (kontrole) na granicama ili lukama na ulasku u zemlju. Iako primena Šengenskog sporazuma znači da nema graničnih kontrola u okviru EU, brojne EU zemlje vrše granične ankete. Izvođenje bilateralnih poređenja (statistike preslikavanja) ili izvođenje zajedničkih istraživanja među susednim zemljama mogu da poboljšaju kvalitet dobijenih podataka.

¹¹⁵ Eurostat, *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework*, str. 21-26.

c) Istraživanja na mestima koja pružaju usluge smeštaja (anketiranje gostiju)

Anketiranje gostiju (npr. u hotelima) može da pruži informacije o troškovima po stanovniku ili po putovanju. Ova metoda uključuje sakupljanje podataka iz uzorka koji čine gosti u hotelu ili nekom drugom smeštajnom objektu koji pruža usluge turistima u određenoj zemlji. Ovde se mogu razlikovati dva pristupa.¹¹⁶

- Sakupljanje svih podataka kroz intervju sa odabranim gostima (tj. prema njihovom udelu u broju noćenja) u smeštajnom objektu
- Davanje upitnika odabranim gostima na popunjavanje i vraćanje nakon završetka njihovog putovanja

Posetioci se mogu intervjuisati o izdacima koji su nastali prilikom pripreme za put kao i o izdacima za vreme puta do dana intervjuja. Pored toga, mogu se i zamoliti da beleže informacije u dnevniku o svojim budućim troškovima i da iste vrate popunjene po povratku sa putovanja.¹¹⁷

d) Istraživanja koja se sprovode u sredstvima za prevoz putnika na granicama i na popularnim mestima za posetu

Obuhvataju istraživanja koja se mogu sprovoditi preko sredstava za transport posetilaca. Metodologija je slična onoj koja je vezana za istraživanja na mestima koja obezbeđuju usluge smeštaja i anketiranje na graničnim prelazima. Istraživanje se primenjuje tako što se posmatraju dve grupe putnika:

- Oni koji nisu rezidenti zemlje koju posećuju, koji dolaze i odlaze preko internacionalnih prevoznika, i
- Oni koji su rezidenti i putuju preko domaćih i inostranih prevoznika.

Anketiranje posetilaca se može sprovoditi i na mestima gde se može očekivati veliki broj posetilaca kao što su transportni terminali, popularne turističke atrakcije, prirodni parkovi, priobalje, šetališta kao i šoping molovi na turističkim destinacijama.

¹¹⁶ UNWTO *General Guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA). Measuring total tourism demand*, vol. 3, c. 1, str. 45

¹¹⁷ Eurostat. *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework*, str. 21-26.

2.7.1.2. Izvori podataka bazirani na nivou delatnosti turizma

Nezavisno od izvora podataka i informacija dobijenih na nivou domaćinstva ili od pojedinaca, popunjavanje TSA tabele 5 i TSA tabele 6 zahteva informacije o turističkoj delatnosti.

a) Nacionalni računi (NA)

Podaci iz nacionalnih računa (NA) su neophodni za implementaciju TSA jer su metodološki bazirani na SNA(93) i ESA(95), respektivno. Statistika nacionalnih računa se sastoji od: NIPA(nacionalnog prihoda i obračuna proizvodnje) i podataka iz Inputa-Output tabela.¹¹⁸

a.1. NIPA – nacionalni prihod i obračun proizvodnje (*National Income and Production Accounts*)

Nacionalni statistički izveštaj o prihodima i proizvodnji sadrži ključne podatke koji se koriste kao osnovne informacije. Odnosi se na sledeće:

- Bruto proizvod i neto proizvod
- Kalkulacije vezane za poreze i subvencije

a.2. Podaci koji se odnose na Input-Output tabele

Pravljenje matrice isporuke i upotrebe (*SUT - supply and use tables*) koja se nalazi u TSA Tabeli 5, uglavnom je bazirana na I-O obračunu proizvodnje. Kolone pokazuju proizvode, dok linije odgovaraju određenim delatnostima. Prema zahtevima ESA(95), I-O podaci bi trebali da budu dostupni na godišnjem nivou.

b) Strukturne poslovne statistike (*SBS- Structural Business Statistics*)

Strukturne poslovne statistike pokrivaju industriju, građevinarstvo, trgovinu i usluge. Predstavljen prema klasifikaciji NACE aktivnosti, opisuju strukturu ponašanje i performanse preduzeća širom EU – tj. prikupljaju podatke za države članice. Ova statistika može da se razloži na veoma detaljne sektorske nivoe. Podskup informacija koje objedinjuje SBS su dostupne i za Evropski region u zavisnosti od veličine preduzeća.¹¹⁹

3

¹¹⁸Eurostat. *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework*. str.23.

¹¹⁹http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european_business/introduction

Izvori podataka za godišnje strukturne poslovne statistike su:¹²⁰

- godišnje strukturno istraživanje o poslovanju privrednih društava, za velike i srednje poslovne subjekte,
- administrativni izvori podataka (godišnji finansijski izveštaji, poreske evidencije) za male poslovne subjekte,
- statistički poslovni registar.

c) Uredba statistike turizma (DTS-Directive on Tourism Statistics)

Bazirano na direktivi statistike turizma, potrebno je obezbediti podatke o kapacitetu turističkog smeštaja (broj soba i kreveta) kao i promet gostiju (provedene noći i dolasci) za potrebe TSA. Međutim, DTS ne daje korisne informacije potrebne za stranu ponude u TSA tabeli.¹²¹

d) Poslovni registar

Države članice EU su se obavezale da usklade program i razviju nacionalne poslovne registre u statističke svrhe. Ovaj program koordinira i održava Eurostat.¹²² Kao podrška i dodatno sredstvo za potrebe TSA, mogu se koristiti informacije i podaci bazirani na propisu o poslovnom registru, koji se naročito odnose na TSA tabele 5 i 6. Pored toga, informacije iz poslovnog registra mogu biti korisno sredstvo za obezbeđivanje podataka o zaposlenosti u turizmu.

2.7.1.3. Ostali izvori

a) Popis stanovništva i domaćinstva

Prema metodologiji satelitskog računa turizma, vikendice bi se mogle koristiti u ne-turističku ali i u turističku svrhu. Dakle, morale bi se izvesti određene procene koje se odnose na turizam a

¹²⁰ Eurostat *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodology Framework*, str. 21-26

¹²¹ Eurostat (2010) *Tourism statistics in the European statistical system 2008 data, methodologies and working papers*, str. 7

¹²² Eurostat *Business registers. Recommendations manual. Methodologies and working papers*, str. 9

koje ne. Informacije bazirane na uzorku populacije i drugi podaci vezani za populaciju se mogu pokazati korisnim u ovom slučaju.

b) Statistika socijalne sigurnosti

Razmatrajući statistiku socijalne sigurnosti mogu se proceniti troškovi lečenja koji uključuju troškove medicinske rehabilitacije i unapređenja zdravlja i sprečavanje bolesti. Uzimajući u obzir ostale podatke (npr. noći provedene u zdravstvenim ustanovama) mogu se izvršiti procene ukupnih troškova lečenja.

c) Statistika transporta

Ova vrsta statistike može obuhvatiti sve davaoce usluga prevoza putnika uključujući operatere autobusnog prevoza redovnim linijama ili čarter prevoza, autobuse za razgledanje, aerodromske usluge kao i lokalni tranzitni prevoz. Nezavisno od informacija koje se odnose na izvore prihoda kao što su reklamiranje i prodaja goriva, hrane i pića, kao i druge vrste prodaja se mogu zasebno identifikovati.

d) Ostali administrativni izvori

Takođe, mogu se koristiti i drugi izvori administrativnih podataka koji mogu da obezbede korisne informacije za TSA. Međutim, ukoliko oni nisu relevantni za turizam na prvi pogled, ovi podaci se mogu lako dobiti jer su ove informacije dostupne bez izvođenja dodatnih istraživanja (npr. statistika socijalne sigurnosti, statistika registracije).¹²³

2.7.2. Sekundarni izvori podataka

Ovde je reč o širokom polju relativno različitih referenci, uglavnom za sastavljanje nacionalnih računa (NA) i njihovih primarnih zadataka i uporednih sistema kao što su bilans plaćanja (*BOP – Balance of Payments*), finansijska statistika vlade (*GFS- Government Finance Statistics*).¹²⁴

¹²³ Eurostat, *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA). Tourism Satellite Account Methodology Framework* str. 25.

¹²⁴ Eurostat (2009), *Tourism satellite account in European Union, Practical Guide for the Compilation of a TSA: Directory of Good Practices. Volume 3* Luxembourg, str. 18-21.

2.7.3. Tabele satelitskog računa turizma

2.7.3.1. TSA: RMF-Tabela1. Turistička potrošnja ostvarena od inostranih posetilaca prema proizvodima i kategorijama posetilaca (*Inbound tourism consumption*)

Potrošnja ostvarena od inostranih posetilaca prema p¹⁵² odima i kategorijama posetilaca (turisti i dnevni posetioci) i po vrsti proizvoda, pri čemu **klasifikacija proizvoda treba da bude u skladu sa** TSA - RMF klasifikacijom proizvoda.

Kolone u tabeli predstavljaju:

- Posetioce na jedan dan (kolona 1.1)
- Posetioce koji noće (kolona 1.2)
- Ukupni posetioci (kolona 1.3=1.1+1.2 koja je jednaka zbiru kolona 1.1 i 1.2)

Redove u TSA tabeli 1 čine sledeće kategorije:

- Specifični proizvodi se odnose na: usluge smeštaja, usluge hrane i pice, usluge prevoza putnika, usluge putnih agencija turističkih operatera i vodiča, usluge iz oblasti kulture, rekreacija i druge usluge iz oblasti zabave, ostale usluge)
- Međufazni proizvodi (Marža od distribucije, roba, usluge)
- Nespecifični proizvodi (Marža od distribucije, roba, usluge)

Potrebni izvori podataka za sastavljanje Tabele 1 su:

Platni bilans (*Balance of Payments- BOP*) je veoma važan izvor podataka za TSA jer je rasprostranjen i koriste ga sve evropske države. Platni bilans sledi međunarodna pravila sastavljanja, što garantuje značajnu uporedivost na međunarodnom nivou. Tako, zemlje kao što su Austrija, Španija, Finska, Nemačka i Portugal koriste ukupnu vrednost putovanja i stavku međunarodni prevoz iz platnog bilansa kao referentne podatke za kreiranje Tabele 1. Nacionalni računi su veoma važan izvor podataka TSA s obzirom da je turizam deo privrede. Dakle, procene nacionalnih računa treba uvek da budu prisutne u svim TSA tabelama, uključujući i Tabelu 1.¹²⁵ U tabeli br.2-2. predstavljeni su izvori podataka potrebni za sastavljanje prve tabele satelitskog računa u turizmu.

¹²⁵ Eurostat (2009) *Tourism satellite account in European Union, Practical Guide for the Compilation of a TSA Directory of Good Practices. Volume 3*. Luxembourg, str.21-25

Tabela br.2-2. TSA RMF Tabela 1 - Potrošnja od dolaznog turizma (inostranih posetilaca) prema proizvodima i kategorijama

Dnevni posetioci (1.1) (1.1)	Turisti (1.2)	Ukupni posetioči (1.1)+(1.2)=(1.3)
1. Istraživanja na granici 2. Uptinot za goste (hoteli) 3. Istraživanja o odlaznom turizmu zemalja koje su važne	X X	X
IO : statistika nacionalnih računa		
IO : statistika nacionalnih računa		
Bilans plaćanja – statistika (delimično)		
EU direktive stat. turizma		

Извор: Eurostat, European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework, str. 121.

Podaci iz platnog bilansa (BOP) su dostupni u gotovo svim zemljama, jer ovi podaci moraju da se obezbede za Međunarodni Monetarni Fond (MMF). Ako zemlja ne poseduje podatke, obično se kao alternativa koristi procena stanja samih putovanja u platnom bilansu. Iako je platni bilans prevashodni izvor podataka, ukoliko iz nekog razloga nije dostupan, druga opcija je da se procene ukupni troškovi potrošnje dolaznih turista tako što se koristi prosečna potrošnja dolaznih posetilaca i pomnoži sa brojem dolazaka (isto važi i za prosečnu dnevnu potrošnju pomnoženu sa brojem noćenja). U ovu svrhu može da se koristi nekoliko izvora podataka, kao što su istraživanje broja prelazaka na granicama, administrativni podaci o dolascima i prelascima na granici, istraživanje o korišćenju sredstava transporta, istraživanja o turističkoj potrošnji koja se sprovode na granicama, intervjuisanje gostiju, statistika smeštaja, preslikavanje statistike dolazaka, ili potrošnji iz susednih zemalja. Irska i Velika Britanija koriste širok spektar turističkih izvora podataka (o dolascima i potrošnji) kako od strane Nacionalnog statističkog instituta (*NSI – National Statistics Institute*) i Nacionalnog turističkog odbora (*NTB – National Touristic Bureau*) u svrhu kreiranja TSA Tabele 1. Češka, Holandija, Španija, Grčka i Kipar smatraju istraživanja o dolaznom ili međunarodnom turizmu kao glavni izvor podataka za TSA Tabelu 1.¹²⁶

Kolona Dnevni posetioci (kolona 1.1) – je od naročite važnosti s obzirom da TSA zahteva strukturne podatke o posetiocima na jedan dan. Usluge turističkih operatera treba da se procene na neto osnovi). Kao radna hipoteza može se pretpostaviti da posetioci koji dolaze na jedan dan a koji nisu rezidenti ne uplaćuju paket aranžmane turističkih operatera koji su stacionirani u zemlji koju posećuju. Prema tome, bruto vrednost je jednaka neto vrednosti u ovoj relaciji. Pored toga, postoje još dve pretpostavke:¹²⁷

- Dnevni posetioci primarno dolaze iz onih zemalja koje su susedne datoj zemlji.
- Dnevni posetioci koji dolaze iz inostranstva ne koriste usluge koje su tipične za turiste koji noće, kao npr. smeštaj. Druge usluge kao što su “turističke agencije, turistički operateri i usluge turističkih vodiča” kao i određeni “servisi za prevoz putnika” (avio prevoz, međugradska železnica, vođeni prevoz, servisi za podršku, rentiranje prevoznih sredstava, usluge održavanje i popravke) su u većini slučajeva marginalni kada su u pitanju posetioci na jedan dan)

9

¹²⁶ Eurostat (2009) *Tourism satellite account in European Union, Practical Guide for the Compilation of a TSA: Directory of Good Practices. Volume 3* Luxembourg, str. 21-25.

¹²⁷ Eurostat *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework* str. 26-27.

Kolona posetioeci koji noće - turisti (kolona 1.2) - Da bi se dobila ukupna potrošnja dolaznog turizma, kao baza se mogu koristiti podaci iz platnog bilansa (*BOP- Balance of Payments*) tj. najvažnijih zemalja po pitanju generisanja profita od turizma koji se odnose na posmatranu zemlju. Ukoliko zemlja nema podatke kao ključ raspodele mogu se uzeti i zemlje sa približnim udelom turizma u nacionalnoj ekonomiji i njihova raspodela se preslikava na zemlju za koju se vrši istraživanje. Bilans plaćanja uglavnom obezbeđuje potrošnju posetilaca koji nisu rezidenti u okviru posmatrane zemlje i potrošnju posetilaca koji su rezidenti u inostranstvu.¹²⁸

Kolona Ukupno (1.3) je zbir kolone (1.1) i kolone (1.2) i predstavlja ukupnu potrošnju ulaznog turizma prema proizvodima i kategorijama posetilaca.

2.7.3.2. TSA:RMF Tabela2. Turistička potrošnja domaćeg stanovništva u zemlji prema proizvodima i kategorijama (*Domestic tourism consumption*)

Sastoji se od troškova nastalih usled finalne potrošnje rezidenata (u gotovini) u zemlji i takođe uključuju potrošnju rezidenata do napuštanja zemlje. Kao i u prethodnoj tabeli i u ovoj se posebno prikazuju dnevni posetioeci od onih koji noće (turista) i potrebno je posebno prikazati one posetioce koji samo prolaze kroz određenu zemlju (u tranzitu), što će obezbediti bolju zastupljenost rezultata i veću međunarodnu uporedivost.

Redovi u TSA tabeli 2 su isti kao i u TSA tabeli 1 ali su kolone različite. Kolone tabele su podeljene na posetioce sa stalnim prebivalištem koji putuju unutar zemlje, posetioce sa stalnim prebivalištem koji putuju u drugu zemlju i na kolonu ukupno koja daje zbir ove dve kolone. Svaka od kolona je podeljena na kategorije koje se odnose na dnevne posetioce kao i na one koji noće a obe kolone u zbiru daju kolonu ukupni posetioeci.

Kada se posmatra domaća turistička potrošnja, najčešći izvori podataka na strani tražnje su domaća istraživanja. Sa strane ponude, statistike smeštaja su ključni u proceni potrošnje turizma. Ostali korisni alati su: specifične ankete ili moduli velikih istraživanja o putničkim agencijama, publikacije određenih sektorskih udruženja (npr. asocijacija firmi za iznajmljivanje automobila, asocijacije restorana i hotela), i statistika transporta.¹²⁹ U Tabeli br.2-3. se vide domaći turistički izdaci prema proizvodima i kategorijama kao i izvori podataka potrebni za izradu TSA tabele 2.

¹²⁸ Eurostat *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodology Framework*, str. 26-27.

¹²⁹ Eurostat (2009.) *Tourism satellite account in European Union, Practical Guide for the Compilation of a TSA: Directory of Good Practices, Volume 3* Luxembourg, str. 27-28.

Tabela br.2-3.TSA RMF Tabela 2- Turistička potrošnja u okviru domaćeg turizma prema proizvodima i kategorijama posetilaca

PROIZVODI	Rezidenti koji putuju unutar zemlje				Rezidenti koji putuju u drugu zemlju				Svi posetioци koji imaju stalno prebivalište			
	Dnevni posetioци	Turisti	Ukupni posetioци	(domaća putovanja)	Dnevni posetioци	Turisti	Ukupni posetioци	(putovanje u inostranstvo)	Dnevni posetioци	Turisti	Ukupni posetioци	(rezidenti)
	(2.1)	(2.2)	(2.3)=(2.2)+(2.1)		(2.4)	(2.5)	(2.6)=(2.4)+(2.5)		(2.7)=(2.1)+(2.4)	(2.8)=(2.2)+(2.5)	(2.9)=(2.3)+(2.6)	
15	88											
A. Specifični proizvodi												
A.1. Karakteristični proizvodi												
1. Usluge smeštaja												
1.1. Hoteli i drugi smeštaj	x				x				x			
1.2. Druge usluge smeštaja besplatno	x				x				x			
2. Usluge hrane i pića	x	x			x	x			x	x		
3. Usluge transporta putnika												
3.1. Međugradska železnica												
3.2. Drumski												
3.3. Voden												
3.4. Vazdušni												
3.5. Usluge podrške												
3.6. Iznajmljena transportna oprema												
3.7. Usluge održavanja i popravke												
4. Turističke agencije, tur operatori i usluge vodiča												
4.1. Putničke agencija												
4.2. Tur operatori												
4.3. Turističke info. i turistički vodiči												
5. Usluge iz oblasti kulture												
5.1. Umetničko izvođenje												
6. Rekreacija i druge usluge iz kulture												
6.1. Sport i rekreativne usluge												
6.2. Ostale zabavne i rekreat. usluge												
7. Ostale usluge u turizmu												
7.1. Finansijske i usluge osiguranja												
7.2. Ostale usluge iznajmljeno												
7.3. Ostale usluge turizma												
A. Međufazni proizvodi												
Marže od distribucije roba												
Marže od distribucije usluga												
B. Ne-specifični proizvodi												
distribucija marže roba												
distribucija usluga												
UKUPNO:												
Br. Putovanja												
Br. Noćenja	x											
		EU direktive				EU direktive				EU direktive		
		ST				ST				ST		
		EU direktive				EU direktive				EU direktive		
		ST				ST				ST		

Izvor: Eurostat, European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework, str. 130.

Kolona dnevni posetioци koji putuju u okviru zemlje čiji su rezidenti (kolona 2.1)- Može se pretpostaviti (u cilju pojednostavljenja procene) da stanovnici zemlje koji idu u turistički obilazak na jedan dan svoje zemlje ne koriste usluge "Putničke agencije tj. turističkog vodiča". Dakle, bruto procena u ovom slučaju je jednaka neto proceni.

Kolona posetioци koji noće u okviru zemlje čiji su rezidenti (kolona 2.2)-U pogledu potrošnje posetilaca koji ostaju jedan dan, podaci se mogu bazirati na nacionalnim istraživanjima (npr. anketa sa pitanjima koja se odnose na posete u jednom danu). Takođe, ukoliko nacionalna istraživanja ne postoje mogu poslužiti studije zemalja sa sličnom potrošnjom posetilaca.

Kolona ukupno (2.3) je zbir kolone (2.1) i kolone (2.2) i predstavlja ukupnu potrošnju domaćih posetilaca (posetilaca koji noće kao i dnevnih posetilaca). $(2.3) = (2.1) + (2.2)$

Kolona dnevni posetioци koji putuju u inostranstvo, domaći deo (kolona 2.4) -Ovo se odnose na potrošnju koju čine posetioци čije putovanje ih dovodi van ekonomske teritorije referentne zemlje (to je potrošnja koja se ostvaruje u referentnoj zemlji a ostvaruje se na putu do odlaska u inostranstvo). Ovde se može pretpostaviti da se međufazni proizvodi i ne-specifični proizvodi ne troše u zemlji iz koje se putuje kada se ide u inostranstvo, iako ovo nije slučaj kada je u pitanju kupovina goriva. Izdaci na usluge prevoza putnika moraju da budu procenjeni jer su uključeni u ukupne troškove za dolazne dnevne posete. Struktura podataka za sredstva transporta se može bazirati na anketiranju posetilaca i/ili na nivou domaćinstava. Za preostale usluge može se pretpostaviti da ne utiču na domaću ponudu jer je primarna destinacija inostranstvo i zbog toga će glavni deo vezanih troškova biti izvršen u inostranstvu.

Kolona posetioци koji noće a koji putuju u inostranstvo, domaći deo (kolona 2.5) - U pogledu turista koji ostaju jedan dan može se pretpostaviti da se povezani i ne-specifični proizvodi ne troše u zemlji iz koje se putuje prilikom odlaska u inostranstvo, iako ovo ne mora bude slučaj kada je u pitanju kupovina goriva. Kada su u pitanju turisti koji noće može se pretpostaviti da se samo paket aranžmani (pretpostavka je da se većinom biraju putničke agencije zemlje u kojoj turista živi) mogu smatrati domaćim proizvodom dok preostale usluge ne utiču na domaću ekonomiju.¹³⁰

Kolona ukupno (2.6) je zbir potrošnje dnevnih posetilaca i onih koji noće a putuju u drugu zemlju (inostranstvo). $(2.6) = (2.4) + (2.5)$

¹³⁰ Eurostat. *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework*, str.27-28.

Kolona (2.7) dnevni posetiooci sa stalnim prebivalištem u zemlji koju obilaze - je zbir kolone (2.1) i kolone (2.4).¹³¹ predstavlja potrošnju ukupnih dnevnih posetilaca tj. onih koji putuju u okviru zemlje i onih koji putuju u drugu zemlju na jedan dan. $(2.7) = (2.1) + (2.4)$

Kolona (2.8) posetiooci koji noće sa stalnim prebivalištem u zemlji koju posećuju - je zbir kolone (2.2) i kolone (2.5) a predstavlja potrošnju ukupnih posetilaca koji noće tj. onih koji putuju u okviru zemlje i onih koji putuju u drugu zemlju i tamo borave više od jednog dana (noće). $(2.8) = (2.2) + (2.5)$

Kolona (2.9) ukupni posetiooci sa stalnim prebivalištem je zbir kolone (2.3) i kolone (2.6) i predstavlja ukupnu potrošnju posetilaca kako u okviru zemlje tako i onih koji putuju u drugu zemlju a obuhvata i dnevne posetioce i one koje noće. $(2.9) = (2.3) + (2.6)$

Isključivanje poslovnih putovanja

U pogledu izračunavanja "dodate vrednosti turizma" (*Tourism Value Added - TVA*) troškovi u poslovne svrhe su isključene iz ukupnih troškova posetilaca. Ovo je neophodno prema SNA(93) i ESA(95) pravilima, jer se poslovni troškovi zaposlenih identifikuju kao posredna potrošnja. Oni su identifikovani kao ulaganje u proizvodni proces i ne mogu da se posmatraju kao dodata vrednost. U pogledu izračunavanja dodate vrednosti turizma (TVA) troškovi poslovnih posetilaca se moraju isključiti.¹³¹

¹³¹ Eurostat *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework*, str 27-28.

2.7.3.3. TSA:RMF Tabela3. Turistička potrošnja domaćih putnika u inostranstvo po proizvodima i kategorijama posetilaca(*Outbound tourism consumption*)

Prema TSA-RMF Tabela 3 (T3), ukupna turistička potrošnja rezidenata u inostranstvu je podeljena na sledeće kategorije posetilaca (turiste i dnevne posetioce) i po vrsti proizvoda za svaku od kategorija posetilaca, prema TSA – RMF klasifikaciji proizvoda. Međutim, ova tabela se ne tretira kao osnovna tabela TSA obzirom da registrovane transakcije nemaju nikakav uticaj na referentnu ekonomiju (osim domaće strane odlaznih putovanja).

Za procenu turističke potrošnje odlaznog turizma, treba uzeti u obzir iste procedure kao i razmatranja za potrošnju dolaznog turizma. Bilans plaćanja je takode preporučen izvor podataka za procenu ukupne turističke potrošnje odlaznih turista.¹³²

U TSA Tabeli 3, treba da se evidentira samo potrošnja koja se vrši na teritoriji zemlje odredišta. TSA Tabela 3 registruje turističku potrošnju u stranim zemljama, tako da ove transakcije nemaju nikakav direktan uticaj na referentnu (domaću) privredu. Iz tog razloga, ova tabela nije prioritet u mnogim zemljama, naročito u ranoj fazi TSA sastavljanja.

Međutim, postoji nekoliko zemalja koje sastavljaju T3. Na primer, Poljska i Španija su sastavili samo kompletnu T3 tabelu. U TSA Tabeli br.2-4. predstavljena je treća tabela TSA u kojoj su prikazani i potrebni izvori podataka za njenu izradu (istraživanja na graničnim prelazima, istraživanja domaćinstava (ankete) i istraživanja o dolaznom turizmu iz zemalja u koja posetioći odlaze (uglavnom su to zemlje koje se graniče sa referentnom zemljom).

¹³² Eurostat (2009) *Tourism satellite account in European Union, Practical Guide for the Compilation of a TSA: Directory of Good Practices. Volume 3*, Luxembourg, str.31-32.

Satelitski račun u turizmu i njegova primena u Srbiji

Tabela br 2-4.TSA RMF Tabela3 – Turistička potrošnja domaćih putnika u inostranstvo prema proizvodima i kategorijama posetilaca

PROIZVODI	Dnevni posetioци (posetioци na jedan dan)		Turisti		Ukupni posetioци	
	(3.1)		(3.2)		(3.3)=(3.1)+(3.2)	
A. Specifični proizvodi						
A.1. Karakteristični proizvodi						
1. Usluge smeštaja						
1.1. Hoteli i drugi smeštaj						
1.2. Usluge druge kuće na vlastiti račun ili besplatno						
2. Usluge služenja hrane i pića						
3. Usluge prevoza putnika						
3.1. Međugradiska železnica						
3.2. Druški						
3.3. Vodeni						
3.4. Vazdušni						
4. Usluge podrške						
4.1. Iznajmljena transportna oprema						
4.2. Usluge održavanja i popravke						
4.3. Usluge održavanja i popravke						
4.4. Usluge održavanja i popravke						
4.5. Usluge održavanja i popravke						
4.6. Usluge održavanja i popravke						
4.7. Usluge održavanja i popravke						
4.8. Usluge održavanja i popravke						
4.9. Usluge održavanja i popravke						
4.10. Usluge održavanja i popravke						
4.11. Usluge održavanja i popravke						
4.12. Usluge održavanja i popravke						
4.13. Usluge održavanja i popravke						
4.14. Usluge održavanja i popravke						
4.15. Usluge održavanja i popravke						
4.16. Usluge održavanja i popravke						
4.17. Usluge održavanja i popravke						
4.18. Usluge održavanja i popravke						
4.19. Usluge održavanja i popravke						
4.20. Usluge održavanja i popravke						
4.21. Usluge održavanja i popravke						
4.22. Usluge održavanja i popravke						
4.23. Usluge održavanja i popravke						
4.24. Usluge održavanja i popravke						
4.25. Usluge održavanja i popravke						
4.26. Usluge održavanja i popravke						
4.27. Usluge održavanja i popravke						
4.28. Usluge održavanja i popravke						
4.29. Usluge održavanja i popravke						
4.30. Usluge održavanja i popravke						
4.31. Usluge održavanja i popravke						
4.32. Usluge održavanja i popravke						
4.33. Usluge održavanja i popravke						
4.34. Usluge održavanja i popravke						
4.35. Usluge održavanja i popravke						
4.36. Usluge održavanja i popravke						
4.37. Usluge održavanja i popravke						
4.38. Usluge održavanja i popravke						
4.39. Usluge održavanja i popravke						
4.40. Usluge održavanja i popravke						
4.41. Usluge održavanja i popravke						
4.42. Usluge održavanja i popravke						
4.43. Usluge održavanja i popravke						
4.44. Usluge održavanja i popravke						
4.45. Usluge održavanja i popravke						
4.46. Usluge održavanja i popravke						
4.47. Usluge održavanja i popravke						
4.48. Usluge održavanja i popravke						
4.49. Usluge održavanja i popravke						
4.50. Usluge održavanja i popravke						
4.51. Usluge održavanja i popravke						
4.52. Usluge održavanja i popravke						
4.53. Usluge održavanja i popravke						
4.54. Usluge održavanja i popravke						
4.55. Usluge održavanja i popravke						
4.56. Usluge održavanja i popravke						
4.57. Usluge održavanja i popravke						
4.58. Usluge održavanja i popravke						
4.59. Usluge održavanja i popravke						
4.60. Usluge održavanja i popravke						
4.61. Usluge održavanja i popravke						
4.62. Usluge održavanja i popravke						
4.63. Usluge održavanja i popravke						
4.64. Usluge održavanja i popravke						
4.65. Usluge održavanja i popravke						
4.66. Usluge održavanja i popravke						
4.67. Usluge održavanja i popravke						
4.68. Usluge održavanja i popravke						
4.69. Usluge održavanja i popravke						
4.70. Usluge održavanja i popravke						
4.71. Usluge održavanja i popravke						
4.72. Usluge održavanja i popravke						
4.73. Usluge održavanja i popravke						
4.74. Usluge održavanja i popravke						
4.75. Usluge održavanja i popravke						
4.76. Usluge održavanja i popravke						
4.77. Usluge održavanja i popravke						
4.78. Usluge održavanja i popravke						
4.79. Usluge održavanja i popravke						
4.80. Usluge održavanja i popravke						
4.81. Usluge održavanja i popravke						
4.82. Usluge održavanja i popravke						
4.83. Usluge održavanja i popravke						
4.84. Usluge održavanja i popravke						
4.85. Usluge održavanja i popravke						
4.86. Usluge održavanja i popravke						
4.87. Usluge održavanja i popravke						
4.88. Usluge održavanja i popravke						
4.89. Usluge održavanja i popravke						
4.90. Usluge održavanja i popravke						
4.91. Usluge održavanja i popravke						
4.92. Usluge održavanja i popravke						
4.93. Usluge održavanja i popravke						
4.94. Usluge održavanja i popravke						
4.95. Usluge održavanja i popravke						
4.96. Usluge održavanja i popravke						
4.97. Usluge održavanja i popravke						
4.98. Usluge održavanja i popravke						
4.99. Usluge održavanja i popravke						
4.100. Usluge održavanja i popravke						
5. Usluge iz oblasti kulture						
5.1. Reprodukivne umetnosti						
5.2. Muzeji i druge usluge iz oblasti kulture						
5.3. Usluge iz oblasti zabave						
5.4. Sport i rekreativne sportske usluge						
5.5. Ostale zabavne i rekreativne usluge						
6. Ostale usluge u turizmu						
6.1. Finansijske i usluge osiguranja						
6.2. Ostale usluge iznajmljivanja						
6.3. Ostale usluge turizma						
6.4. Ostale usluge turizma						
6.5. Ostale usluge turizma						
6.6. Ostale usluge turizma						
6.7. Ostale usluge turizma						
6.8. Ostale usluge turizma						
6.9. Ostale usluge turizma						
6.10. Ostale usluge turizma						
6.11. Ostale usluge turizma						
6.12. Ostale usluge turizma						
6.13. Ostale usluge turizma						
6.14. Ostale usluge turizma						
6.15. Ostale usluge turizma						
6.16. Ostale usluge turizma						
6.17. Ostale usluge turizma						
6.18. Ostale usluge turizma						
6.19. Ostale usluge turizma						
6.20. Ostale usluge turizma						
6.21. Ostale usluge turizma						
6.22. Ostale usluge turizma						
6.23. Ostale usluge turizma						
6.24. Ostale usluge turizma						
6.25. Ostale usluge turizma						
6.26. Ostale usluge turizma						
6.27. Ostale usluge turizma						
6.28. Ostale usluge turizma						
6.29. Ostale usluge turizma						
6.30. Ostale usluge turizma						
6.31. Ostale usluge turizma						
6.32. Ostale usluge turizma						
6.33. Ostale usluge turizma						
6.34. Ostale usluge turizma						
6.35. Ostale usluge turizma						
6.36. Ostale usluge turizma						
6.37. Ostale usluge turizma						
6.38. Ostale usluge turizma						
6.39. Ostale usluge turizma						
6.40. Ostale usluge turizma						
6.41. Ostale usluge turizma						
6.42. Ostale usluge turizma						
6.43. Ostale usluge turizma						
6.44. Ostale usluge turizma						
6.45. Ostale usluge turizma						
6.46. Ostale usluge turizma						
6.47. Ostale usluge turizma						
6.48. Ostale usluge turizma						
6.49. Ostale usluge turizma						
6.50. Ostale usluge turizma						
6.51. Ostale usluge turizma						
6.52. Ostale usluge turizma						
6.53. Ostale usluge turizma						
6.54. Ostale usluge turizma						
6.55. Ostale usluge turizma						
6.56. Ostale usluge turizma						
6.57. Ostale usluge turizma						
6.58. Ostale usluge turizma						
6.59. Ostale usluge turizma						
6.60. Ostale usluge turizma						
6.61. Ostale usluge turizma						
6.62. Ostale usluge turizma						
6.63. Ostale usluge turizma						
6.64. Ostale usluge turizma						
6.65. Ostale usluge turizma						
6.66. Ostale usluge turizma						
6.67. Ostale usluge turizma						
6.68. Ostale usluge turizma						
6.69. Ostale usluge turizma						
6.70. Ostale usluge turizma						
6.71. Ostale usluge turizma						
6.72. Ostale usluge turizma						
6.73. Ostale usluge turizma						
6.74. Ostale usluge turizma						
6.75. Ostale usluge turizma						
6.76. Ostale usluge turizma						
6.77. Ostale usluge turizma						
6.78. Ostale usluge turizma						
6.79. Ostale usluge turizma						
6.80. Ostale usluge turizma						
6.81. Ostale usluge turizma						
6.82. Ostale usluge turizma						
6.83. Ostale usluge turizma						
6.84. Ostale usluge turizma						
6.85. Ostale usluge turizma						
6.86. Ostale usluge turizma						
6.87. Ostale usluge turizma						
6.88. Ostale usluge turizma						
6.89. Ostale usluge turizma						
6.90. Ostale usluge turizma						
6.91. Ostale usluge turizma						
6.92. Ostale usluge turizma						
6.93. Ostale usluge turizma						
6.94. Ostale usluge turizma						
6.95. Ostale usluge turizma						
6.96. Ostale usluge turizma						
6.97. Ostale usluge turizma						
6.98. Ostale usluge turizma						
6.99. Ostale usluge turizma						
6.100. Ostale usluge turizma						
7. Ne-specifični proizvodi						
7.1. Marža od distribucije						
7.2. Marža od distribucije						
7.3. Marža od distribucije						
7.4. Marža od distribucije						
7.5. Marža od distribucije						
7.6. Marža od distribucije						
7.7. Marža od distribucije						
7.8. Marža od distribucije						
7.9. Marža od distribucije						
7.10. Marža od distribucije						
7.11. Marža od distribucije						
7.12. Marža od distribucije						
7.13. Marža od distribucije						
7.14. Marža od distribucije						
7.15. Marža od distribucije						
7.16. Marža od distribucije						
7.17. Marža od distribucije						
7.18. Marža od distribucije						
7.19. Marža od distribucije						
7.20. Marža od distribucije						
7.21. Marža od distribucije						
7.22. Marža od distribucije						
7.23. Marža od distribucije						
7.24. Marža od distribucije						
7.25. Marža od distribucije						
7.26. Marža od distribucije						
7.27. Marža od distribucije						
7.28. Marža od distribucije						
7.29. Marža od distribucije						
7.30. Marža od distribucije						
7.31. Marža od distribucije						
7.32. Marža od distribucije						
7.33. Marža od distribucije						

2.7.3.4. TSA:RMF Tabela4 – Interna turistička potrošnja –potrošnja od inostranih i domaćih posetilaca u zemlji prema proizvodima i kategorijama (*Internal tourism consumption*)

TSA Tabela 4 (T4) se odnosi na procenu unutrašnje turističke potrošnje i sastoji se iz dve glavne komponente. Prva komponenta sumira potrošnju inostranih posetilaca i domaću turističku potrošnju u gotovini iz TSA Tabele1 i TSA Tabele 2 u skladu sa nivoom detalja o klasifikaciji proizvoda usvojenom za ove tabele. Druga i najvažnija komponenta T4 odnosi se na „druge komponente turističke potrošnje“. Ove druge komponente su u vezi sa rashodima posetilaca drugih institucionalnih sektora, privatnih ili javnih. Ova komponenta odgovara delu turističke potrošnje koji nema novčanu vezu sa posetiocima.¹³³ Ona predstavlja jednu od osnovnih tabela s obzirom da služi za obračun TSA tabele 6. Na slici br.2-4. su ilustrovane veze između tabela koje se odnose na turističku potrošnju.

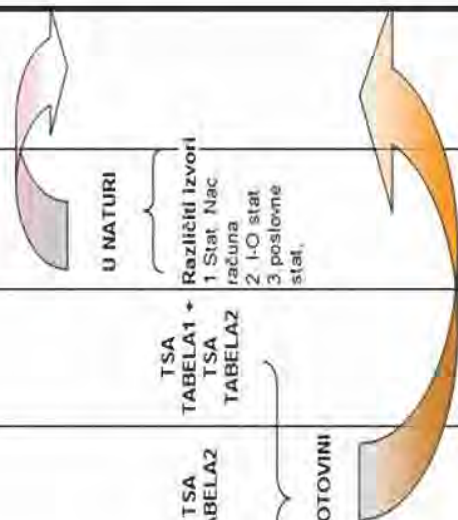
Slika br. 2-4. Veze između potrošnje i proizvodnje



Izvor: USAID, Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006, str. 19.

¹³³ Eurostat (2009) *Tourism satellite account in European Union, Practical Guide for the Completion of a TSA: Directory of Good Practices. Volume 3* Luxembourg, str. 32-41.

Tabela br.2-5.TSA RMF Tabela4 - Potrošnja unutrašnjeg turizma prema proizvodima i kategorijama posetilaca

PROIZVODI	Finalna potrošnja od dolaznog turizma	Potrošnja u domaćem turizmu	Unutrašnja potrošnja u gotovini	Druge komponente potrošnje posetilaca	Potrošnja unutrašnjeg turizma
A. Specifični proizvodi A.1. Karakteristični proizvodi 1. Usluge smeštaja 1.1 Hoteli i drugi smeštaj 1.2. usluge druge kuće na vlastiti račun ili besplatno 2. Usluge služenja hrane i pića 3. Usluge prevoza putnika 3.1 Međugradiska železnica 3.2. Drumski 3.3. Vodeni 3.4. Vazdušni 3.5. Usluge podrške 3.6. Iznajmljena transportna oprema 3.7. Usluge održavanja i popravke 4. Usluge putnih agencija, turističkih operatera i vodiča 4.1. Putnička agencija 4.2. Turistički operator 4.3. Turističke informacije i turistički vodiči 5. Usluge iz oblasti kulture 5.1. Reproductive umetnosti 5.2. Muzeji i druge usluge iz oblasti kulture 6. Rekreacija i druge usluge iz oblasti zabave 6.1 Sport i rekreativne sportske usluge 6.2. Ostale zabavne i rekreativne usluge 7.Ostale usluge u turizmu 7.1 Finansijske i usluge osiguranja 7.2. Ostale usluge iznajmljivanja 7.3. Ostale usluge tunzma A.2. Povezani proizvodi Marža od distribucije usluge B.Ne-specifični proizvodi Marža od distribucije usluge				 TSA TABELA1 TSA TABELA2 TSA TABELA1 + TSA TABELA2 Različiti izvori 1 Stat. Nac. računa 2 I-O stat. 3 poslovne stat.	
UKUPNO: 3					

Izvor: Eurostat,European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework, str.133.

2.7.3.5. TSA:RMF Tabela 5. Proizvodni računi turističkih delatnosti i drugih delatnosti

U TSA tabeli 5 se vidi da redovi predstavljaju proizvode dok kolone predstavljaju delatnosti. Suma svih proizvoda jednaka je ukupnom outputu. Ukupni input je jednak zbiru međufaznih ulaganja i dodate vrednosti, a dodata vrednost je zbir nadoknada za zaposlene, indirektnih poslovnih taksi i drugih dodatih vrednosti. S obzirom da se TSA zasniva na input-output tabelama iz toga sledi da je *ukupni output* jednak *ukupnom inputu*.¹³⁴

U TSA tabeli 5 proizvodnja je raščlanjena po proizvodu, vrednuje se u nabavnim cenama i zauzima gornji deo tabele. Međufazna potrošnja, procenjena je kao prodajna cena. Razlika između ovih vrednosti je dodata vrednost u nabavnim cenama i klasifikovana je u skladu sa njihovim komponentama - faktorima proizvodnje.¹³⁵ Glavna svrha ove tabele je da pripremi i prikupi podatke o bruto dodatoj vrednosti za različite delatnosti pretvarajući nacionalni račun proizvodnje u TSA račun proizvodnje.

Ova tabela ima tri glavne komponente za turističku delatnost i druge delatnosti¹³⁶:

- Proizvodnja
- Međufazna potrošnja
- Bruto dodata vrednost

Proizvodnja je sastavljena od 12 karakterističnih industrija (prema NACE klasifikaciji) i 20 karakterističnih proizvoda (po CPA klasifikaciji), dok je međufazna potrošnja podeljena u 9 grupa proizvoda.

Tabela 5 predstavlja račun proizvodnje delatnosti karakterističnih za turizam, i onih delatnosti koje su povezane sa turizmom i ne-specifičnih delatnosti posmatrane zemlje. Početna tačka za popunjavanje TSA tabele 5 i za razvoj TSA sistema u celini je matrica isporuke i upotrebe (*SUT- Supply and Use Tables*) koja je bazirana na I-O metodi i drugim adekvatnim indikatorima.

¹³⁴Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*, str 165.

¹³⁵Eurostat *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodology Framework*, str 29-30

¹³⁶Eurostat (2009) *Tourism satellite account in European Union, Practical Guide for the Completion of a TSA: Directory of Good Practices, Volume 3* Luxembourg, str 41

Input-Output (I-O) i Matrica isporuke i upotrebe turizma (SUT)

Da bi se uspostavile osnovne matrice koje se odnose na turizam, isporuke i upotrebe (SUT) su zahtevane I-O statistikom obezbeđujući osnovu obračuna proizvoda i strukture računa proizvodnje. Prema tome, najnoviji I-O podaci mogu biti ažurirani pomoću najnovijih dostupnih nacionalnih računa i indikatora (bruto domaći proizvod - GDP).

Međutim, kada TSA podaci u okviru I-O statistike nisu dostupni ili su delimično dostupni, potrebno je uraditi kalkulacije, procene i prilagođavanja. SUT obično daje najbolje informacije o turističkoj proizvodnji po industriji i po proizvodima, identifikujući one industrije koje su glavni proizvođači određenog proizvoda. Matrica isporuka i upotreba je predstavljena naročito TSA RMF- tabelama 5 i 6, i obezbeđuje relevantne podatke za obe tabele. Struktura matrice isporuke i upotrebe prati zahteve SNA(93) i ESA(95).¹³⁷

- Redovi matrice pokazuju proizvode
- Kolone prikazuju odgovarajuće aktivnosti

Proces kompilacije TSA T5 zasnovan je na unakrsnoj klasifikaciji delatnosti (NACE klasifikacija) i proizvoda (CPA klasifikacija) i kroz proizvodnju i posrednu potrošnju: neke od karakterističnih TSA industrija i proizvoda nisu direktno jednake onima u nacionalnim računima. Stoga se preporučuje da se izgradi posebna tabela između različitih klasifikacija zasnovanih na EU - TSA klasifikaciji.¹³⁸

U tabeli br.2-6. Predstavljena je peta tabela TSA, kao i potrebni izvori podataka za njenu izradu (matrica isporuke i upotrebe, I-O statistika, strukturne poslovne statistike, nacionalni račun).

¹³⁷Eurostat. *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA). Tourism Satellite Account Methodology Framework*, str 26-27.

¹³⁸Eurostat (2009) *Tourism satellite account in European Union. Practical Guide for the Compilation of a TSA: Directory of Good Practices. Volume 3* Luxembourg, str.42.

Tabela br.2-6.TSA RMF Tabela 5 – Proizvodni računi u turističkim delatnostima i drugim delatnostima

PROIZVODI	Hoteli i i st	druge kuće u Mariboru	Restoran i i st	Prevoz putnika 24mesečnim	Domaći prevoz	Vodeni prevoz	Vazdušni prevoz	Transportna podrška	Prevoz putnika umajmjenim sredstvom	Punilike agencije iz oblasti kulture i ul	Usluge kulture i ul	Usluge sporta i rekreacije	UKUPNA turistička delatnost	Delatnosti povezane sa turizmom	Ne-specif. grane	UKUPNI OUTPUT domaćih proizvođača (po osnovnim cenama)
A. Specifični proizvodi																
A.1. Karakteristični proizvodi																
1. Usluge smestajaja																
1.1. Hoteli i drugi smetaj	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
1.2. Usluge druge kuće na vlastiti račun ili besplatno	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2. Usluge služenja hrane i pića																
3. Usluge prevoza putnika																
3.1. Međugradiska železnica	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3.2. Druški	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3.3. Vodeći	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3.4. Vazdušni	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3.5. Usluge podrške	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3.6. Iznajmljena transportna oprema	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3.7. Usluge održavanja i popravke	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4. Usluge putnika, agencija, turističkih operatera i vodiča																
4.1. Putnička agencija	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4.2. Putnički operater	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4.3. Turističke informacije i turistički vodiči	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
5. Usluge iz oblasti kulture																
5.1. Reprodukivna umetnost	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
5.2. Muzeji i druge usluge iz oblasti kulture	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
6. Rekreativna i druge usluge iz oblasti zabave																
6.1. Sport i rekreativne sportske usluge	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
6.2. Ostale zabavne i rekreativne usluge	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
7. Ostale usluge u turizmu																
7.1. Finansijske i usluge osiguranja	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
7.2. Ostale usluge iznajmljivanja	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
7.3. Ostale usluge turizma	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
A.2. Povezani proizvodi																
Marža od distribucije	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
B. Ne-specifični proizvodi																
Marža od distribucije	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Usluge	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Nekto vrednosti domaće robe maloprodajnih marži																
Nekto vrednosti uvezane robe maloprodajnih marži																
UKUPNI output: (osnovne cene)																
1. Poljoprivreda, šumarstvo i ribolov																
2. Ruda i minerali																
3. Elektroenergijska energija, gas i voda																
4. Značajstvo																
5. Građevinski radovi i građevina																
6. Usluge trgovine, restorana i hotelske usluge																
7. Transport, skladištenje i usluga komunikacije																
8. Usluge poslovanja																
9. Zdravstvene, društvene i lične usluge																
Ukupna posredna potrošnja (ukupna cena)																
UKUPNA: bruto dodata vrednost na aktivnosti cene iz bazne godi																
Putnička zaposlenih																
Ostali poslozi manje ili pomoći za privrednju																
Bruto mešaviti prihod																
Bruto operativni višak																

Izvor: Eurostat, European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework, str. 136.

2.7.3.6. TSA RMF Tabela 6. Proizvodnja i potrošnja unutrašnjeg turizma po proizvodima (*Domestic supply and internal tourism consumption*)

TSA tabela 6 (T6) je osnovna tabela TSA. U ovoj tabeli, domaća ponuda TSA Tabela 5 i TSA Tabela 4 potrošnja u unutrašnjem turizmu se suočavaju sa ciljem da se generiše udeo koji stvara svaki TSA proizvod (specifičan i ne-specifičan). Bez ove tabele, čak i sa parcijalnim podacima, nemoguće je govoriti o izradi TSA. Ovde se suprotstavljaju ponuda i tražnja (interna ili unutrašnja turistička potrošnja i domaća ponuda) i odatle se može izvesti dodata vrednost turizma i turistički bruto domaći proizvod. U ovoj tabeli je detaljno objašnjena proizvodnja onih proizvoda koji su specifični za turizam, tj. usluge specifične za turizam. Nacionalni račun ostaje osnovni izvor podataka. U gornjem delu TSA Tabele 6, dodatne kolone su uključene u vezi udela u turizmu u proizvodnji turističkih i drugih industrija po TSA proizvodima. Udeo turizma odgovara udelu proizvodnje koji se dodeljuje internoj (unutrašnjoj) potrošnji u turizmu. Za ne-karakteristične industrije (povezane i nespecifične), udeo turizma se samo procenjuje za ukupnu međufaznu potrošnju. Turistička dodata vrednost je razlika proizvodnje i međufazne potrošnje udela turizma. Ova tabela omogućava procenu vrednosti turističke dodate vrednosti u odnosu na ukupnu bruto dodatu vrednost u industriji ili za ukupnu ekonomiju.¹³⁹

Kolone u tabeli su prvo sortirane po proizvodnim aktivnostima, sa naglaskom na turističkoj delatnosti. Ukupna domaća ponuda je upoređena sa internom ili unutrašnjom turističkom potrošnjom svakog proizvoda (u svakom redu). Iz ove tabele može se dobiti dodata turistička vrednost, kao turistički bruto domaći proizvod. Ova dva agregata trebalo bi da budu nezavisni detalji računa i proizvodnih aktivnosti specifičnih za turizam, ali u praksi je to drugačije: analize su detaljnije i preciznije kada postoji pretpostavka kako turistička potrošnja utiče na svaku aktivnost.¹⁴⁰

Marže distribucije

Što se tiče RMF tabela 1,2,4,5 i 6 predlaže se neto procena za proizvod turističkih agencija, usluga kao i distributivne marže. U pogledu izračunavanja distributivnih marži proizvoda, napomene se odnose na I-O statistiku i PHFCE (domaću potrošnju turista koji nisu rezidenti), respektivno. Bazirano na obračunu proizvodnje I-O tabela distributivne marža se može izračunati kao udeo prodaje i veletrgovnske marže koji se odnosi na ukupni bruto proizvod ali na jednom detaljnijem (specifičnom) nivou.

¹³⁹ Eurostat (2009.) *Tourism satellite account in European Union, Practical Guide for the Comphation of a TSA: Directory of Good Praetices, Volume 3* 10 ambourg, str 51

¹⁴⁰ Van de Steeg, (2009.) *Accounting for tourism: The Tourism Satellite Account (TSA) - perspective*, Statistics Netherlands Hague, str 74

Neto kalkulacije vezane za paket aranžmane

Kao što je ranije pomenuto u TSA, usluge obezbedene od strane turističkih agencija moraju da budu vrednovane u neto formi, koja je neophodna za razlikovanje između turističkih usluga kupljenih direktno i onih koje su kupljene preko turističkih operatera. Ovo znači da profit turističkih agencija odgovara (bruto) marži obzirom da komponente koje su uključene u aranžman (smeštaj, prevoz, itd) su dodeljene relevantnoj kategoriji ponude. Za ovu procenu u obzir se mogu uzeti samo aranžmani domaćih organizatora putovanja.

Dobra i usluge koja se proizvode za tržište mogu biti vrednovana po osnovnim cenama proizvodnje ili po cenama proizvođača. Za zemlje gde je uveden porez na dodatu vrednost poželjnije je da se vrednovanje vrši prema osnovnim cenama proizvodnje. Osnovna cena proizvodnje je cena koju dobija proizvođač za jedinicu proizvedenog dobra ili usluge bez plaćenog poreza ili primljene subvencije na proizvod, koji nastaju njihovom prodajom ili upotrebom. Cena proizvođača je cena koju dobija proizvođač za jedinicu proizvedenog dobra ili usluge uključujući i plaćeni porez i primljenu subvenciju na proizvod, koji nastaju njihovom prodajom ili upotrebom. Poređenje unutrašnje turističke potrošnje neto uvoza i domaće proizvodnje se može izvršiti po osnovnim cenama, što podrazumeva procenu po osnovnim cenama uz oduzimanje neto poreza na subvencije po proizvodima.¹⁴¹

Procena učešća turizma može se vršiti poređenjem proizvodnje (ponude) i potrošnje (tražnje) po proizvodima (specifično učešće turizma po aktivnosti za svaki proizvod), uzimajući u obzir različite vrste izvora podataka za svaki proizvod i aktivnost. Za glavne turističke industrije moguće je identifikovati udeo turizma proizvodnje osnovnog proizvoda (oko 100%) ili drugih karakterističnih proizvoda (na primer, usluge smeštaja oko 100% u hotelima a hoteli proizvode oko 100% ovog proizvoda u privredi). Ova metodologija zavisi od unakrsne validacije podataka iz različitih statističkih izvora i opcije između procene ponude i tražnje.¹⁴² Tabela br.2-7. Prikazuje proizvodnju i potrošnju unutrašnjeg turizma po proizvodima i kategorijama. Predstavljani su i izvori podataka neophodni za njenu izradu.

¹⁴¹ Miljković D., (2001.) *Makroekonomski računi*, Centar za izdavačku delatnost, Ekonomski fakultet u Beogradu, str.99

¹⁴² Eurostat *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA)*, *Tourism Satellite Account Methodological Framework*, str.30-32.

Tabela br.2 -7.TSA RMF - Tabela br. 6. Ponuda (proizvodnja) i potrošnja unutrašnjeg turizma po proizvodima

[illegible]

Izvor: Eurostat, European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), Tourism Satellite Account Methodological Framework, str. 138

2.7.3.7. TSA: RMF - Tabela 7 Zaposlenost u turizmu

Ova tabela pokazuje zaposlenost u turističkoj delatnosti. Ona je kreirana uprkos teškoćama koje su uključene u merenju zaposlenosti, kao što su: postojanje turističkih sezona, visoka varijabilnost radnih uslova, fleksibilnosti nedostatak formalnosti - ugovora o radu u manjim proizvodnim kompanijama, radnika koji rade na crno, itd. Zaposlenost u turizmu je kritična TSA tabela u opisivanju ekonomskog značaja turizma, ali često zbog nedostataka statističkih podataka, njeno merenje se ograničava na broj radnih mesta i broj zaposlenih koja su u ovoj delatnosti imali makar jedan posao.

Kroz prvi deo ove tabele predstavlja se stanje zaposlenosti i radne aktivnosti specifične za turizam, pa je predloženo rastavljanje ove dve promenljive na: zaposlena lica prema polu, i po statusu u klasifikaciji zaposlenosti. Za drugi deo, broj zaposlenih svrstanih po glavnim aktivnostima posla, predložena je klasifikacija po polu. Dodatna promenljiva je broj firmi za svaku aktivnost turističke delatnosti, iz koje možemo dobiti prosečan broj zaposlenih u preduzeću po polu i statusu zaposlenosti.¹⁴³

Ova tabela ima 4 bitne komponente:¹⁴⁴

- Određivanje broja objekata koji treba uključiti u da bi se izračunao broj zaposlenih
- Određivanje koje specifične aktivnosti ili komponente treba uključiti kao pod aktivnosti ispod glavnih aktivnosti
- Određivanje definicije i primene koncepta statusa zaposlenosti
- Definicije o vrednovanju zaposlenosti na primer: da li je prosečno zaposlen, prekovremeno zaposlen ili na određeno/neodređeno vreme.

U tabeli br.2-8 predstavljeno je koje sve kategorije treba uvrstiti u sedmu tabelu TSA.

¹⁴³USAID, *Strategija turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006*, str. 16.

¹⁴⁴UNWTO, *General guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA). Measuring Tourism Supply*, Madrid, Spain, str.52.

Tabela br.2-8.TSA RMF Tabela 7 – Zaposlenost u turizmu

	Broj ustanova	Broj poslova			Stanje zaposlenosti				
		muško	ukupno		zaposleni		ostali		ukupno
			muško	žensko	ukupno	muško	žensko	ukupno	
1 - Hoteli i slično									
2 - Vikendice i druge kuće									
3 - Restorani i slično		x	x	x	x	x	x	x	x
4 - Prevoz putnika železnicom									
5 - Drumski prevoz putnika									
6 - Prevoz putnika na vođenim saobraćajem									
7 - Prevoz putnika vazdušnim saobraćajem									
8 - Usluge podrške prevoza putnika									
9 - Iznajmljivanje opreme za prevoz putnika									
10 - Putničke agencije i slično									
11 - Usluge iz oblasti kulture									
12 - Sportske i druge rekreacione usluge									
UKUPNO									

USAID, Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006.str.20.

2.7.3.8.TSA RMF: Tabela 8 Bruto investicije u turizmu

Ova tabela pokazuje bruto investicije turističke delatnosti u osnovna sredstva u turizmu. Istovremeno detaljno opisuje investicije u osnovna sredstva, specifična za turizam i bruto investicije turističkih delatnosti u osnovna sredstva koja nisu specifična za turizam. Osnovna sredstva, specifična za turizam se svrstavaju po kategorijama i odgovarajućim preporukama SNA'93 na sledeći način:¹⁴⁵

- mesta za smeštaj - uključujući vikendice i druge sekundarne domove, koja nisu glavna prebivališta domaćinstva i stiču se radi ne-trajne upotrebe članova domaćinstva koji su vlasnici, ili za upotrebu od strane posetilaca, prema različitim vrstama ugovora, uključujući program zakupa na određeni period.
- druga mesta za smeštaj - uključuju ona koja su posebno napravljena u cilju pružanja proizvoda specifičnih za turizam, kao što su hoteli i druga mesta za smeštaj, restorani i slični objekti služenja hrane i pića, stadioni, arene i drugi objekti namenjeni za sport i druge rekreativne aktivnosti.
- mašine i oprema - obuhvataju svu opremu koja je u direktnoj vezi sa pružanjem određenih usluga specifičnih za turizam, kao što je oprema za industrijsku pripremu hrane u restoranima, specijalna oprema za železničke terminale, sva sportska oprema, itd.
- oprema za komercijalni prevoz putnika - pokriva letove, krstarenje brodovima, autobuse opremljene za daleka putovanja, železničke vagone, putničke brodove, itd, ali ne i opremu za transport tereta ili onih koji nisu posetioci.

TSA Tabela 8 pravi razliku između turističkih materijalnih sredstava (uključujući zemljište za izgradnju turističkih objekata i zemljišta za gradnju objekata za javnu i privatnu rekreaciju) i turistička neproizvodna nematerijalna sredstva (uključujući i licenciranje prava, dogovore o lizingu i druge ugovore). U tabeli 2-9. je predstavljena osma tabela satelitskog računa u turizmu.

¹⁴⁵ UNWTO, UNSD, EUROSTAT, OECD: *Recommended Methodological Framework 2008 Tourism Satellite Account (TSA: RMF 2008)*, str. 65

Tabela br.2-9.TSA RMF Tabela 8. Bruto investicije u turizam

	Industrije turizma												Ukupno	Ukupni bruto fiksni kapital
	1. Hoteli i slično	2. Vlasništvo o druge kuće (pripisano)	3. Restorani i slično	4. Prevoz putnika i željeznice m	5. Drumski i prevoz putnika	6. Prevoz putnika na vodi	7. Vazdušni i prevoz putnika	8. Usluge podriške prevoza putnika	9. Iznajm lijevanje opreme za prevoz putnika	10. Putne agencije i slično	11. Kulturne usluge	12. Sportke i druge rekreativne usluge		
Kapitalna roba														
A Proizvedena ne finansijska sredstva														
A1 Materijalna stalna sredstva														
1. Turistički smještaj														
1.1. Hoteli i drugi kolektivni smještaj														
1.2. Stanovi za turističku upotrebu														
2. Ostali objekti i strukture														
2.1. Restorani i slični objekti														
2.2. Građevine ili infrastrukture za prevoz putnika, željeznicom, vođom, vazduhom, drumski														
2.3. Objekti za kulturne usluge i slično														
2.4. Građevine za sport, rekreaciju i zabavu														
2.5. Ostale građevine i struktura														
3. Oprema za prevoz putnika														
3.1. Puti i željeznica														
3.2. Voda														
3.3. Vazduh														
3.4. Mašine i oprema														
4. Mašine i oprema														
A2 Nematerijalna stalna sredstva														
B Poboljšanje zemljišta koje se koristi u turističke svrhe														
UKUPNO														
C Neproizvedena nefinansijska sredstva														
1. Materijalna sredstva														
2. Nematerijalna sredstva														
UKUPNO														

1

Izvor: USAID, Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006.str.20.

2.7.3.9. TSA RMF: Tabela 9 – Kolektivna potrošnja

Ova tabela prikazuje turističku kolektivnu potrošnju po funkcijama i nivoima. Kolektivna potrošnja je deo finalne potrošnje, sastoji se od izdataka za dobra i usluge, koje država i neprofitne organizacije pružaju svim članovima zajednice, odnosno društvu u celini, kao i pojedinim grupama pojedinaca ili domaćinstava radi zadovoljavanja njihovih potreba.¹⁴⁶

Predloženi osnovni spisak stavki za eksperimentalno merenje turističkih kolektivnih ne-tržišnih usluga čini: turistička promocija, opšti menadžment turizma, opšti projekat usklađivanje pitanja povezanih sa turizmom, upravljanje organizacijama za informisanje, specifična kontrola inostranih posetilaca dolaznog turizma (izdavanje viza i kontrola na granicama) i posebne usluge civilne odbrane, koji se odnose na zaštitu posetilaca.

Pojedinačne ne-tržišne usluge (obezbeđivanje nacionalnih parkova, muzeja, itd) su isključene iz tabele i one se posmatraju u kontekstu društvenih transfera posetilaca i kao deo (ukupne) potrošnje posetilaca one su uključene u turističku potrošnju. Tabela sugerise sastav takvih informacija prema vrsti usluge i nivoima. Proizvodnja je merena (kao u slučaju ne-tržišnih usluga u SNA'93) troškovima proizvodnje, uključujući i upotrebu fiksnog kapitala kao komponente ovih troškova. Predlaže se dodatna kolona da se prikupe informacije o uslugama koje imaju korist od turističke delatnosti, finansirane od strane drugih aktivnosti, i koje nisu označene kao turistička kolektivna potrošnja. U većini zemalja, turistička aktivnost se odnosi na one koji finansiraju turističke promocije, informacione kancelarije, itd, ali ovi troškovi su važni kada je neophodno da se oceni učinak takve politike.¹⁴⁷ U tabeli br.2-10. Prikazana je deveta tabela satelitskog računa turizma.

¹⁴⁶ Miljković D., (2001) *Makroekonomski računi*, Centar za izdavačku delatnost, Ekonomska fakultet u Beogradu, str 249-250

¹⁴⁷ UNWTO, UNSD, EUROSTAT, OECD *Recommended Methodological Framework 2008 Tourism Satellite Account (TSA:RMF 2008)*, str. 65

Tabela br.2-10. TSA RMF Tabela 9. Kolektivna potrošnja u turizmu

Funkcije	Nacionalni nivo (9.1)	Regionalni nivo (9.2)	Lokalni nivo (9.3)	Ukupna kolektivna potrošnja turizma (9.4)=(9.1)+(9.2) +(9.3)	Među potrošnja prema turističkim delatnostima
Promocija turizma					
Opšte planiranje i koordinacija vezana za turističke poslove					x
Izrada statistika i osnovnih informacija o turizmu					x
Administracija informativnih zaveda					
Kontrola i regulisanje ustanova u kontaktu sa posetiocima					x
Posebna kontrola posetilaca koji imaju stalno prebivalište ili koji nemaju stalno prebivalište					x
Posebne usluge civilne odbrane koja se odnosi na zaštitu posetilaca					
Ostale usluge					
UKUPNO:					

Izvor: USAID, Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006, str. 20.

2.7.3.10. TSA: RMF - Tabela 10 Kvantitativni pokazatelji

Prikazuje kvantitativne pokazatelje koji su važni u proceni i interpretaciji finansijskih informacija predstavljenih u ovim tabelama:¹⁴⁸

- broj dolazaka (ili odlazaka) prema tipu turističke kategorije posetilaca i dužini boravka;
- pokazatelje koji se odnose na formu smeštaja, prevozna sredstva koja koriste inostrani posetioci i broj i veličinu organizacija (firmi) koje obavljaju aktivnosti koje su specifične za turizam i povezane sa turizmom.

Sastoji se od četiri pod tabele:¹⁴⁹

- Tabela br.2-1 la Broj putovanja i noćenja po vrsti turizma i kategoriji posetilaca
- Tabela br.2-11b Ulažni turizam: Broj dolazaka i noćenja prema načinu prevoza
- Tabela br.2-11c Broj ustanova i kapacitet prema oblicima smeštaja
- Tabela br.2-11d Broj ustanova koje su karakteristične i vezane za turizam klasifikovane prema broju zaposlenih

¹⁴⁸ UNWTO, UNSD, EUROSTAT, OECD: *Recommended Methodological Framework 2008 Tourism Satellite Account (TSA) (RMF 2008)* str.66-67.

¹⁴⁹ UNWTO *General Guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA): Measuring Tourism Supply* Volume 2, Madrid, Spain, str.54

Tabela br.2-11.TSA RMF Tabela 10. Nemonetarni pokazatelji

Tabela br.2-11a. Broj putovanja i noćenja po vrsti turizma i kategoriji posetilaca

	Ulazni turizam			Domaći turizam			Izlazni turizam		
	Dnevni posetioци	Turisti	Ukupno	Dnevni posetioци	Turisti	Ukupno	Dnevni posetioци	Turisti	Ukupno
Broj putovanja									
Broj noćenja									

Izvor: USAID, Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006.

Tabela br.2-11b.Ulazni turizam: Broj dolazaka i noćenja prema načinu prevoza

	Broj dolazaka	Broj noćenja
1. Vazdušni		
1.1 Redovni letovi		
1.2 Letovi koji nisu redovni		
1.3 Ostale usluge		
1. Voden		
2.1 Putni brodovi, linijske plovidbe i trajekti		
2.2 Kristarenje		
2.3 Ostalo		
3. Drumski		
3.1 Železnica		
3.2 Motorni vagon ili autobus i ostali glavni drumski prevoz		
3.3 Privatna vozila		
3.4 Iznajmljivanje vozila		
3.5 Ostali načini drumskog prevoza		
1	UKUPNO:	

Izvor: USAID, Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006.str.20.

Satelitski račun u turizmu i njegova primena u Srbiji

1

Tabela br.2-11c. Broj ustanova i kapacitet prema oblicima smeštaja

1		Kolektivni turizam		Privatni turizam	
		Hoteli i slično	Ostalo	Druge kuće	Ostale
1	Broj ustanova				
	Kapacitet (sobe)				
	Kapacitet (kreveti)				
	Korišćenje kapaciteta (sobe)				
1	Korišćenje kapaciteta (kreveti)				

Izvor: USAID, Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006.

1

Tabela br.2-11d. Broj ustanova u aktivnostima koje su karakteristične za turizam, klasifikovane prema broju zaposlenih

1		1-4	5-9	10-19	20-49	50-99	100-249	250-499	500-999	>1000	UKUNO
	Aktivnosti karakteristične za turizam										
	1. Hoteli i slično										
	2. Vlasništvo druge kuće (pripisano)										
	3. Restorani i slično										
	4. Prevoz putnika železnicom										
	5. Drumski prevoz putnika										
	6. Prevoz putnika vodenim saobraćajem										
	7. Vazdušni prevoz putnika										
	8. Usluge koje podržavaju prevoz putnika										
	9. Iznajmljivanje opreme za prevoz putnika										
	10. Putničke agencije i slično										
1	11. Usluge iz oblasti kulture										
	12. Sportske i druge rekreativne usluge										
	Aktivnosti vezane za turizam										
	UKUPNO: 1										

Izvor: USAID, Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006.str.21

2.7.4. Izrada i uvođenje satelitskog računa turizma u okviru nacionalne ekonomije

Kada je platforma kreirana i odgovarajući tehnički timovi formirani, mogu se preduzeti mere da se započne proces izrade satelitskog računa, do toga da realni vremenski okvir treba da se utvrdi, da se uspostave inputi koji su potrebni i da se dobiju rezultati u svakoj fazi procesa, kao i određivanje prioriteta. Ovaj raspored je određen uzimanjem dve glavne stavke:¹⁵⁰

- Informacije koje su dostupne (sekundarni podaci – nacionalni računi, Input- Output tabele) i one koje se dobijaju istraživanjem (primarni podaci). Na primer, ukoliko ne postoje istraživanja koja se odnose na potrošnju u turizmu, bilo bi nemoguće razviti satelitski račun turizma.
- Dodeljivanje tehničkog tima koji bi trebalo da bude sačinjen od stručnjaka na polju platnih bilansa, nacionalnih računa, statističke obrade podataka.

Pre nego što se preduzmu koraci za razvoj TSA, tehnički tim treba da sprovede studiju izvodljivosti. Prvi stadijum od kojeg će se sastojati studija izvodljivosti je formulisanje opisa sistema satelitskog računa turizma i spoznaja glavnih karakteristika turističke delatnosti. TSA studija izvodljivosti usmerena je ka procenjivanju različitih pristupa, identifikovanje proizvoda i industrija definisanih u državnoj klasifikaciji ali uz korišćenje preporučene TSA metodologije. Takođe, TSA će biti uslovljen prioritetima koji su određeni i dostupnim resursima (tehničko osoblje, dostupnost podataka i na kraju finansijski resursi).

Prvi TSA, na primer, mogao bi da bude ograničen na mali broj **1-19**, što podrazumeva manje troškove ili da se sprovedu istraživanja vezana samo za turiste ali na **1-25** na koja se odnose na dnevne posetioce. Rezultati dobijeni nakon pripreme inicijalnog TSA, treba da budu uzeti u obzir samo kao delimični sve dok se ne upotpune korišćenjem većeg broja kvalitetnijih podataka i informacija.¹⁵¹

U svakoj zemlji će biti mnogo zainteresovanih strana koji će imati koristi od pokretanja TSA. Nacionalne turističke administracije (NTA) ili Nacionalne turističke organizacije (NTO), Nacionalni statistički zavod (NSO), centralna banka (CB) i niz drugih vladinih službi, imaju

¹⁵⁰UNWTO. (2002). *General guidelines for National Tourism Administrations (NTAs) relative to the development of the Tourism Satellite Account (TSA)*, Madrid, str.6

¹⁵¹Isto *150.

poseban interes za dobijanje onih vrsta informacija koje mogu biti izvedene iz TSA. To je od vitalnog značaja jer sve zainteresovane strane mogu da izlože svoje zahteve i doprinose stvaranju satelitskog računa, koji će pomoći u vođenju i pružanju podrške tehničkom timu koji radi na njegovoj pripremi.

U većini zemalja, Nacionalna statistička organizacija (NSO-*National Statistic Organisation*) je zadužena za izradu nacionalnih računa i ona deli odgovornost za statistiku turizma sa Nacionalnom turističkom administracijom (NTA). U nekim zemljama, međutim, centralna banka je odgovorna za pripremanje platnih bilansa kao ključnog izvora informacija o izdacima u turizmu koji su povezani sa dolaznim (*Inbound tourism*) i odlaznim turizmom (*Outbound tourism*). Takođe centralna banka može da preuzme i odgovornost za sastavljanje nacionalnih računa.¹⁵²

Nije uvek jasno na koje nacionalne institucije bi zadatak pokretanja TSA trebalo da padne. Ovo će u velikoj meri zavisi od institucionalnih i administrativnih uređenja jedne zemlje i od tehničko-administrativnog razvoja Nacionalne turističke administracije (NTA) i drugih institucija. Neki od prethodno pomenutih interesa izloženi su na sledeći način:¹⁵³

1. Nacionalna turistička administracija (NTA)—Ona bi mogla da ispuni veliki broj dugoročnih zahteva o troškovima posetilaca u smislu glavnih tržišnih izvora, destinacija i korišćenih turističkih proizvoda. Takođe mogla bi da obezbedi i razvoj novih indikatora za praćenje turističkih trendova u odnosu na ukupne troškove do kojih je došlo u zemlji (po osobi i po putu), kao i duga lista svega ostalog što može da doprinese obogaćivanju i povećavanju postojećih znanja o turističkim aktivnostima).

2. Nacionalne statističke organizacije (NSO)—Postojala bi mogućnost da se odredi struktura troškova u smislu svrhe puta, identifikovanja poslovnih putovanja sa osvrtom na obračunavanje koliko od tih troškova zaista odgovara potrošnji posetilaca (npr. U slučaju potreba nacionalnih računa). Satelitski računi (turizam, edukacija, zdravstvo, itd) predstavljaju ekstremno vredne pomoćne račune kada se radi o koordinatnim statistikama povezanim sa velikim brojem podataka.

¹⁵²UNWTO, *Tourism Satellite Account (TSA) Implementation project, Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism, Volume I* Madrid, Spain, str. 65-67

¹⁵³UNWTO (2002.), *General guidelines for National Tourism Administrations (NTAs) relative to the development of the Tourism Satellite Account (TSA)*, Madrid, str. 4

3. Centralna banka bi bila alternativni izvor informacija, osim bankarskih zapisa, koje se koriste praktično u svim zemljama za procenu „putne“ stavke platnih balansa.

4. Turistički poslovni sektor bi obuhvatio zahteve za specifičnim informacijama koje potvrđuju važnost turizma i koje mogu služiti za unapređivanje poslovnih strategija za rad na državnim i međunarodnim tržištima.

5. Rukovodstvo tehničkog tima TSA - Bilo bi razumno pretpostaviti da tehnički direktor TSA projekta treba da bude stručnjak za statistiku na polju nacionalnih računa sa najviše kvalifikacija za implementiranje satelitskog računa.

6. TSA radionice - Svetska turistička organizacija (UNWTO) je počela da organizuje TSA radionice. Kandidati za ove radionice bili bi članovi institucija koje formiraju tim za tehničku podršku kao i vođu tima. Takođe, Svetska turistička organizacija namerava da pomoću ovakvih radionica podstakne saradnju i komunikaciju među stručnjacima iz različitih zemalja koji rade na polju razvoja nacionalnih računa, platnih bilansa i administracije iz oblasti nacionalnog turizma.

3. MOGUĆNOSTI I NEOPHODNOST PRIMENE SATELITSKOG RAČUNA TURIZMA U SRBIJI

3.1. Iskustva drugih zemalja u primeni Satelitskog računa turizma

Mnoge zemlje su razvile TSA, pri čemu su imale različite polazne baze podataka, novčana sredstva i vreme. Zajedničko za sve je da su svesne veličine problema, hitnosti faza rada, potrebe postojanja stručnog tima i nužnosti razmene iskustava i rezultata izvršilaca. Sve zemlje su upoznate sa tim da metodologija mora da bude primenjena, da baza podataka bude sistemska, tako da su dobijeni rezultati pouzdani, tačni i uporedivi u vremenu i između zemalja.

Do 2010. godine UNWTO je objavio 60 zemalja koje su razvile satelitske račune a to su: Australija, Austrija, Bahami, Belgija, Brazil, Kanada, Čile, Kolumbija, Kina, Kuba, Kipar, Češka, Danska, Dominikanska Republika, Ekvador, Egipat, Salvador, Estonija, Finska, Francuska, Nemačka, Grčka, Gvatemala, Honduras, Hong Kong, Madarska, Indija, Indonezija, Irska, Izrael, Italija, Jamajka, Japan, Kazahstan, Republika Korea, Litva, Letonija, Malezija, Meksiko, Maroko, Holandija, Novi Zeland, Nikaragva, Oman, Peru, Filipini, Poljska, Portugal, Rumunija, Saudijska Arabija, Singapur, Slovenija, Španija, Švedska, Švajcarska, Tajvan, Velika Britanija, Sjedinjene Američke Države i Urugvaj.¹⁵⁴

Kanada tokom 1980. godine i 1990. godine ima presudnu ulogu u učvršćivanju pozicije TSA kao primarnog alata za ekonomsko merenje turizma. Vrlo je verovatno da bi bez demonstracije praktične primene Statistike Kanade (*Statistics Canada*) i Kanadske turističke komisije (*Canadian Tourism Commission*), razvoj TSA bio daleko manje napredan. Godine 1984., kanadska nacionalna radna grupa za podatke o turizmu preuzela je francusku ideju „satelitskog računa“. Godine 1989. ova radna grupa je preporučila da Kanada razvije TSA, a 1994. godine objavljen je prvi kanadski TSA, sa podacima za 1988. godinu. Po prvi put, su izračunate konačne procene za važne ekonomske varijable. Na primer, prvi rezultati TSA za Kanadu otkrili su informacije o:¹⁵⁵

- Potpuno povezanost ekonomskoj strukturi kanadske turističke aktivnosti;
- Doprinos turizma dodatoj vrednosti (koja je bila veća od očekivane);
- Delu zaposlenosti koji zavisi od turizma;
- Značaju turizma kao pokretača izvoza;
- Značaju domaćeg turizma, koji je obuhvatao 80% kompletne potrošnje turizma.

¹⁵⁴ UNWTO (2010.), *TSA da Found the World Worldwide summary*, Madrid, str. 1-2.

¹⁵⁵ McNicoll I., McLellan D., Jones C., Munday M., Bryen J., Roberts A. (2004.), *UK Tourism Satellite Account-First steps Project*, Cardiff Business School, Strathclyde University, str. 15-16

Kanada je otkrila kako ima „negativan bilans turističkog prometa“, u smislu da izlazni turizam predstavlja veći odliv novca od onog koji se generiše od ulaznih turista.

Neposredna dostupnost podataka u vezi kanadske „turističke privrede“ podstakla je Statistics Canada i njene partnere da nastave ulaganje u proces TSA. Dodaci uključuju razvoj Nacionalnih turističkih indikatora, pružajući kvartalne i godišnje podatke o 300 promenljivih vezanih za TSA, i razvoj modela uticaja turizma. Kanada se smatra pioninom nastanka TSA i ostala je na čelu TSA razvoja.¹⁵⁶

U zemljama OECD-a, rezultati i iskustvo primene TSA ukazuju sledeće:

Austrija: Prvu pilot studiju metodologije i obračuna TSA za Austriju su uradili stručnjaci za statistiku austrijskog ekonomskog instituta WIFO (*The Austrian Institute of Economic Research*) 2002. godine. Studija je izrađena u toku jedne godine zbog dobre statističke baze podataka i metodoloških osnova.¹⁵⁷

Australija: je prve rezultate TSA prikazala oktobra 2000. godine, bazirane na podacima iz 1997. i 1998. godine. TSA je predstavila statistička kancelarija centralne federalne vlade australijskog statističkog biroa. Ovaj TSA je ažuriran godišnje kroz reviziju koja se sprovodi svake tri godine.¹⁵⁸

Danska je prvi obračun pripremila 1998. godine pod TOBBE projektom, ali ovaj sistem se razlikovao od TSA i predstavljao je više sistema za razvoj alternativnih metoda ocenjivanja ekonomskog uticaja turizma u Danskoj. Metodologija koristi input-output model sa multiplikatorom prihoda, ali fokus je na proceni ekonomskog uticaja turizma na region, pri čemu su tražnja ili potrošnja grupisane prema kriterijumima za merenje uticaja posetilaca iz pojedinačnih zemalja i efekata različitih potrošačkih navika gostiju.¹⁵⁹

¹⁵⁶ McNicoll I., McLellan D., Jones C., Munday M., Bryen J., Roberts A. (2004), *UK Tourism Satellite Account-First steps Project*, Cardiff Business School, Strathclyde University, str. 16.

¹⁵⁷ www.statistik.at

¹⁵⁸ Van Ho T., Pambudi D., Forsyth P., Dwyer L., Hoque S. (2009), *Development of Regional Tourism Satellite Account, A Case Study from Australia*, str. 1-3.

¹⁵⁹ Lubson P., Zhang J. (2012.), *Denmark's experiences on the regional TSA and tourism economic impact analysis*, str. 1.

Finska je pristupila izradi TSA 1998. godine i fokusirala se na kreiranje četiri tabele - Tabela 1: Potrošnja stranih turista u zemlji, Tabela 2: Potrošnja domaćih turista u zemlji, Tabela 6: Domaća proizvodnja i turistička potrošnja po proizvodima i uslugama, i Tabela 7: Zaposlenost u turizmu. Međutim kompletan satelitski račun turizma je implementiran 2004. godine i finansiranje sredstvima Ministarstva za trgovinu i industriju Finske i Evropske Unije.¹⁶⁰

Francuska je sredinom 1970-tih godina počela sa sistemom koji je ličio na TSA. Direkcija za turizam osnovala je Komisiju za izračunavanje uticaja turizma - zajedničkog predstavnika javnog sektora i turističke privrede. Centralno mesto TSA u Francuskoj zauzima koncept turističke potrošnje stranih i domaćih turista u zemlji. U obzir se uzimaju tipične stavke turističkih aktivnosti (smeštaj, restorani), posete (lokalna putovanja, suveniri, itd.), domaća turistička potrošnja (posebno za servise međugradskog prevoza i prevozna sredstva) i potrošnje posetilaca koji se zadržavaju jedan dan. Francuska je zahvaljujući brzom razvoju turizma uvela i niz statističkih metoda (prvenstveno ankete) za praćenje turizma, ali i praćenje statistike proizvodnje koja je tipična za turizam. Prvi rezultati istraživanja su prikazani 1980. godine.¹⁶¹

Meksiko je prve rezultate predstavio krajem 1999. godine. Treba napomenuti da, uprkos činjenici da se Meksički TSA zasniva na metodologiji Svetske turističke organizacije, prvi proračuni su imali slabosti statističke prirode, nedostajali su podaci o turističkoj potrošnji, uvozu proizvoda i usluga i potrošnju kapitalnih dobara za potrebe turizma itd.¹⁶²

Novi Zeland je predstavio prvi pilot projekat TSA krajem 1995. godine. Jedan od glavnih ciljeva ovog projekta je bio da se razvije metodologija, identifikuju ograničenja i slabosti sprovođenja TSA. Prvi TSA su bili bazirani na preporučenoj metodologiji UNWTO. Prvi eksperimentalni TSA je izazvao veliko interesovanje, jer je bilo očigledno iz rezultata, da turizam predstavlja više od 9% bruto domaćeg proizvoda i predstavlja veoma važan deo privrede.¹⁶³

Norveška je počela sa razvijanjem TSA 1999. godine. Norveški TSA je u potpunosti integrisan u sistem nacionalnih računa i ima potpuno strukturiranu tabelu isporuke i upotrebe u tabeli turističke potrošnje u odnosu na namenu i proizvode, uzimajući u obzir međunarodne preporuke i metodologije. Izračunavanje ekonomskog obima turizma TSA metodologijom

¹⁶⁰ stat.fi

¹⁶¹ Ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme, 2013, *Le compte satellite du tourisme 2012*, Paris str. 1-5

¹⁶² UNWTO, *Basic concepts of the tourism satellite accounts (TSA)*, str. 9-11

¹⁶³ www.stats.govt.nz

planirano je u Norveškoj svake godine. Pored toga u Norveškoj se izrađuju regionalni planovi TSA finansirani od norveškog istraživačkog saveta jer su u ovoj zemlji svesni važnosti regionalnih efekata turizma i vođenja regionalne razvojne politike, koja ima jedno od centralnih mesta u Evropskoj uniji.¹⁶⁴

Poljska je 1996. godine započela svoje aktivnosti na implementaciji TSA. Prva faza je ograničena na izradu četiri tabele: tabelu potrošnje tipičnih turističkih proizvoda, tabelu proizvodnje tipičnih turističkih aktivnosti, tabelu turističke potrošnje i tabelu broja zaposlenih u tipičnim aktivnostima turizma. Poljska metodološki sledi preporuke i metodologije Svetske turističke organizacije i OECD, jer su podaci prilično ograničeni pa nije bilo moguće sprovesti dalja statistička istraživanja, ankete, itd. Prvi TSA je implementiran 2000-2002. godine.¹⁶⁵

Španija je razvijala TSA u četiri faze. Prva faza je počela sa pilot projektom TSA početkom 1999. godine, dok su prvi obračuni prikazani 2001. godine. U pripremu TSA je uloženo mnogo rada i korišćeno je mnogo relevantnih podataka o obimu i strukturi turističke potrošnje, tipičnih turističkih aktivnosti i proizvoda, kao i onih aktivnosti povezanih sa turizmom.¹⁶⁶ Druga faza započeta je 2002. godine kada su predstavljeni nacionalni računi i tabele isporuka i upotreba (*Supply – Use Tables*). Treća faza je započela 2003. godine i odnosila se na izradu godišnjih tabela isporuka i upotreba izražene u stalnim cenama. Četvrta faza se odnosila na regionalne satelitske račune i predviđanja i usklađivanje Španije sa njima.¹⁶⁷

Švedska je pokrenula razvoj TSA 1995. godine, pri čemu su prvi test računi prikazani 1996. godine. Glavni cilj projekta je bio da se ispita dostupnost kvaliteta podataka za sprovođenje TSA. Najveći problem pri implementaciji koji su švedski stručnjaci istakli je bio kvalitet raspoloživih podataka, ali je problem rešen godišnjim ekonomskim proračunima uticaja turizma na švedsku privredu. Nacionalni računi su predstavljeni 1999. godine u skladu sa SNA93 i ESA95 a potom je 2000. godine usledio prvi TSA za Švedsku. Pored TSA ova zemlja je razvila i Satelitski račun okruženja (*ESA -The Swedish Enviroment Satellite Account*), koji je započeo 1992. godine. Cilj je bio da se poveća znanje i šire shvatanje ekonomije i preduzimanje

¹⁶⁴ www.ssb.no

¹⁶⁵ Ministry of sports and tourism, tourism department.(2008). *Tourism satllite account for Poland 2005*. Warsaw str.5

¹⁶⁶ www.ine.es.

¹⁶⁷ Canada A.,(2006.), *The Spanish tourism satellite account: compiling tourism from national accounts*. Madrid. str.4.

preventivnih mera za poboljšanje životne sredine. Satelitski račun okruženja opisuje ekonomske uticaje na životnu sredinu kroz proizvođače i potrošače.¹⁶⁸

Švajcarska je učestvovala u nastanku međunarodne metodologije TEA (*Tourism Economic Accounts*), koju je OECD je razvio 1991. godine. Švajcarska je koristila ovu metodologiju za izračunavanje delatnosti turizma od 1990 do 1995. Metodologija se oslanjala na osnovne statističke proračune turizma, kao što su broj noćenja, dolasci. TEA je obuhvatala pet standardizovanih tabela za razliku od TSA koji se sastoji od deset standardizovanih tabela.¹⁶⁹ Međutim, TSA je ubrzo zamenio ovu metodologiju, a mnoge zemlje su koristile TEA metodologiju kao korisnu bazu za proširenje statistike turizma kasnije na TSA. Švajcarska statistička kancelarija (*FSO - Swiss Federal Statistical office*), je zajedno sa Švajcarskim sekretarijatom za ekonomske poslove (*SECO - Swiss State Secretariat for Economic Affairs*), objavila prvi TSA za Švajcarsku 2003. godine, a referentna godina koja je korišćena u izradi je bila 1998. godina. Cilj je bio da se napravi studija izvodljivosti TSA za Švajcarsku i obezbedi preliminarna ocena ekonomske važnosti turizma Švajcarske privrede. Imajući u vidu značaj turizma u državi, Švajcarska nastavlja da razvija statističke metode i TSA.¹⁷⁰

Velika Britanija: U Velikoj Britaniji se procenjuje da je značaj turizma u nacionalnoj ekonomiji visok, a procena je vršena na osnovu WTTC metode i statistike što je dalo 1995. godine veoma dobre rezultate. Zato je služba za turizam britanske vlade godine 1997., zajedno sa odeljenjem za kulturu, medije i sport (*Department for Culture, Media and Sport*) odlučila da naruči studiju implementacije TSA 1998. godine koju su sproveli *Cambridge Policy Consultants* i *Geoff Broom*.¹⁷¹ Studija ističe veliki deficit u odgovarajućim podacima za turizam: potrošnju na skrivenu "turističku" robu, troškove smeštaja, turističke izdatke za javne institucije, investicije u turizam javnog i privatnog sektora, kao i strukture izdataka Britanaca prilikom putovanja. Prvi TSA za Veliku Britaniju implementiran je 2000. godine.¹⁷²

Sjedinjene Američke Države: su razvile prototip TTSA (*Travel & Tourism Satellite Account*) u julu 1998. godine u okviru Biroa za ekonomske analize (*BEA-Bureau of Economic*

¹⁶⁸ Lagerstrom M. Rosenblom T. *A study of linking the Swedish Tourism Satellite Account (TSA) and the Swedish Environmental Satellite Account (ESA), in order to measure the environmental impact of tourism* str. 8

¹⁶⁹ *Cambridge Business School* (2004), *UK Tourism Satellite Account – First Steps Project* str 15

¹⁷⁰ Federal Statistical Office, State Secretariat for Economic Affairs, (2008.), *Tourism Satellite Account for Switzerland, 2001 and 2005, Basic principles, methodology and results*, str 8-10.

¹⁷¹ Cambridge Policy Consultants and Geoff Broom Associates. (1998.), *A Feasibility Study for Complining a Tourism Satellite Account for the United Kingdom, Department for culture, Media and Sport*. London str 1-3.

¹⁷² OECD Measuring the Role of Tourism in OECD Economies. *The OECD manual on Tourism Satellite Accounts and Employments, Enterprise, Industry and Services*, str 262-263.

Analyses^{a)}, u saradnji sa Odeljenjem za trgovinu (*International Trade Administration*), službom za međunarodnu trgovinu (*US Department of Commerce*) i kancelarijom za turizam (*Tourism Industry Office*). Metodologija uzima u obzir definiciju turista, dnevnih posetilaca i druge kategorije po modelu UNWTO i OECD-a, i izračunava ekonomski uticaj turizma u Sjedinjenim Državama. Biro za ekonomsku analizu je označilo dva veoma važna tipa izdataka koji su isključeni iz TSA: deo usluga koje se odnose na vlasništvo ili lizing automobila i kamiona koji su povezani sa turizmom, i deo usluga koji se odnosi na vikendice koje se koriste takođe u svrhu turizma.¹⁷³

3.1.1. Iskustva u primeni TSA na prostorima bivše Jugoslavije

Na području bivše Jugoslavije, prvi pokušaji da se ostvari sveobuhvatnije izračunavanje ekonomskog uticaja turizma na nacionalnu ekonomiju, su realizovani još 1977. godine i 1981. godine. Na osnovu obima i strukture turističke potrošnje definisana je karakteristična proizvodnja za potrebe turizma, pri čemu su proizvodi grupisani u ekonomske aktivnosti prema postojećoj klasifikaciji, da bi zatim ti podaci bili prebačeni u input-output tabele za Jugoslaviju. Na osnovu ovog modela su zatim izračunati direktni, indirektni efekti turizma i turistički multiplikator.¹⁷⁴

Slovenija: je prve proračune sprovela 1999. godine ali podaci nisu bili dovoljno razvrstani. Teško je bilo proceniti turističku potrošnju i proizvodnju od ostalih delatnosti pri čemu je, cilj ove studije bila samo gruba procena ekonomskih efekata turizma na nacionalnu ekonomiju i izračunavanje turističkog multiplikatora. U svim ovim proračunima su nedostajali podaci o poslovnim putovanjima, o investicijama u turizam u javnom i privatnom sektoru, kvalitetni podaci o domaćoj turističkoj potrošnji, dok je zaposlenost bila procenjena na osnovu prosečnih koeficijenata za ovu delatnost. Ipak, rezultati izračunati verodostojnom metodom, bili su međunarodno uporedivi i važni u smislu procene povećanja ekonomskog značaja turizma na nacionalnu ekonomiju zemlje. Posle osamostaljenja Slovenije smanjen je obim domaće privrede i promenjena je njena struktura, uz povećanje uvoza, koji je rezultirao smanjenjem turističkog multiplikatora.

^{a)} www.bea.gov 12

¹⁷³ OECD Measuring the Role of Tourism in OECD Economies *The OECD manual on Tourism Satellite Accounts and Employments. Enterprise, Industry and Services* str. 264-265

¹⁷⁴ Grdić G., (1983.) *Makroekonomski bilansi njihova geneza i evolucija*. Ekonomski fakultet Beograd, str. 100-115.

Ovi proračuni su zasnovani na prilično grubim procenama turističke potrošnje i njene strukture pri čemu nisu uzeta u obzir poslovna putovanja, potrošnja trajnih dobara za turističke svrhe, itd. Međutim, rezultati su bili dobri i međunarodno uporedivi. Slovenija je prezentovala svoj prvi satelitski račun turizma u proleće 2006. godine, a podaci su se odnosili na 2003. godinu.¹⁷⁵ Danas Slovenija ima veoma razvijene satelitske račune i svake tri godine sprovodi istraživanje u svrhu TSA. U tabeli br.3-1. se vidi da direktni doprinos putovanja i turizma u Sloveniji u 2014. godini iznosi 3,50% BDP-a.¹⁷⁶

Hrvatska je oktobra 2014. godine prvi TSA sa podacima iz 2011. godine koji uključuje dubinsku analizu hrvatskog turizma.¹⁷⁷ Tokom 2006. godine Ministarstvo turizma je u dogovoru sa Državnim zavodom za statistiku i Institutom za turizam predvidelo izradu eksperimentalne analize. Godine 2007. izrađena je procena ekonomskih učinaka turizma prema metodologiji satelitskih računa turizma – "eksperimentalna Satelitska bilanca turizma". Tokom 2008. godine ugovorena je izrada eksperimentalne analize za 2007. godinu po metodologiji svetske turističke organizacije „Izravni i neizravni učinci turizma u Republici Hrvatskoj“. Eksperimentalni satelitski račun turizma republike Hrvatske za 2007. godinu završen je u prvom kvartalu 2010. godine. Prema procenama WTTC-a u tabeli br.3-1. se vidi da direktni doprinos putovanja i turizma u 2014. godine u republici Hrvatskoj iznosi 12,53% BDP-a, što objašnjava činjenicu da turizam predstavlja jednu od 27. decih delatnosti privrede u zemlji.¹⁷⁸ Satelitski račun je za potrebe Ministarstva turizma izradio Institut za turizam iz Zagreba, a u njegovu izradu su bile uključene i institucije kao što su: Državni zavod za statistiku, Hrvatska narodna banka, Ministarstvo finansija, HGK i mnoge druge kako iz privatnog tako i iz javnog sektora. Ministarstvo turizma planira da vrši izradu TSA svake dve godine. TSA se uvek dopunjuje dodatnim tabelama i istraživanjima tako da njegova izrada vremenom postaje sve kvalitetnija i preciznija.¹⁷⁹

Crna Gora je realizirala pilot projekat izrade satelitskog računa turizma 2009. godine. Istraživanje je sproveo zavod za statistiku Crne Gore u saradnji sa Centralnom Bankom, Ministarstvom turizma i održivog razvoja, Nacionalnom turističkom organizacijom, Fakultetom za turizam iz Bara i institutom za strateške studije i prognoze. Projekat je finansiran kroz IPA fond, finansijski predpristupni instrument pomoći Crnoj Gori. Osnovni agregati koji su izračunati

¹⁷⁵ Sirše J., (2004). *Spremljanje ekonomskega obsega turizma s satelitskimi računi-aktivnosti v Sloveniji*. Ljubljana str 1

¹⁷⁶ WTTC. (2015). *Travel & Tourism Economic Impact Report 2015*. str 1-3.

¹⁷⁷ Institut za turizam (2014.). *Turistička satelitska bilanca-izravni i neizravni učinci turizma u RH*

¹⁷⁸ WTTC (2015). *Travel & Tourism Croatia Economic Impact Report 2015*. str 1-3.

¹⁷⁹ Ministarstvo turizma Hrvatske. (2005.). *Izveštje o roku dovršenju dubinske analize hrvatskog turizma, satelitske bilance hrvatskog turizma i strategije razvoja turizma*. Zagreb. Str 1-3.

7

su: ukupna turistička potrošnja, domaća turistička potrošnja, unutrašnja turistička potrošnja, bruto dodata vrednost turističkih delatnosti, direktna bruto dodata vrednost turizma, direktni bruto domaći proizvod, bruto dodata vrednost Crne Gore kao i Bruto domaći proizvod Crne Gore. Eksperimentalne tabele su uspešno kreirane uz pomoć izvora podataka i sprovedenih istraživanja.¹⁸⁰ Prema proračunima Svetskog saveta za putovanja i turizam u tabeli br.3-1. se vidi da direktni doprinos putovanja i turizma u Crnoj Gori u 2014. godini iznosi 9,52% BDP-a.¹⁸¹

Bosna i Hercegovina je sprovela kroz 145 iju tehničke pomoći Bosni i Hercegovini istraživanje 2006. godine uz pomoć USAID-a (Agencije Sjedinjenih Američkih Država za međunarodni razvoj) pod nazivom statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma. Zadatak ove misije je bio da se proceni i prati razvoj statistike turizma u Bosni i Hercegovini i da se izrade preporuke kako bi se modernizovala poslednja statistička istraživanja turizma u skladu sa međunarodnim standardima i metodologijom satelitskog računa turizma. Cilj je bio da se izvrši analiza metodologije koju koristi agencija za statistiku BiH za prikupljanje turističkih statističkih podataka, da se odrede potrebe agencije kako bi bila u prilici da obezbedi statističke podatke iz domena turizma u skladu sa međunarodnim standardima, i da se održi obuka iz metodologije satelitskih računa turizma za predstavnike relevantnih ministarstava, industrije turizma i obrazovnih institucija. Međutim od tada se na razvijanju satelitskih računa nije mnogo radilo.¹⁸² Prema proračunima Svetskog saveta za putovanja i turizma u tabeli br.3-1. se vidi da u 2014. godini direktni doprinos putovanja i turizma u Bosni i Hercegovini iznosi 2,52% BDP-a.¹⁸³

Makedonija nema razvijen satelitski račun turizma.¹⁸⁴ Postojale su najave u 2011. godini da će početi sa razvojem TSA ali od tada se nije puno odmaklo. Prema proračunima WTTC-a u tabeli br.3-1. se vidi da u 2014. godini direktni doprinos putovanja i turizma u Makedoniji iznosi 1,39% BDP-a.¹⁸⁵

6

¹⁸⁰ Zavod za statistiku Crne Gore, (2011.), *Satelitski računi u turizmu (TSA) za 2009. godinu pilot istraživanje* Podgorica, str 1-6

¹⁸¹ WTTC (2015), *Travel & Tourism.Montenegro Economic Impact Report 2015*, str 1-3.

¹⁸² USAID, (2006.), *Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma, misija tehničke pomoći BiH 2006*, str 1-5.

¹⁸³ WTTC (2015), *Travel & Tourism.Bosnia and Herzegovina Economic Impact Report 2015*, str 1-3.

¹⁸⁴ Petrevska B. (2011.), *Tourism in the global development strategy of Macedonia: Economic perspectives*, UTMIS Journal of Economics, str 101-108

¹⁸⁵ WTTC (2015), *Travel & Tourism Macedonia Economic Impact Report 2015*, str 1-5

Srbija je sproveda istraživanje o potrošnji domaćih posetilaca za potrebe satelitskih računa turizma 2009. godine ali se podaci odnose na 2007. godinu. Cilj istraživanja je bilo dobijanje podataka o potrošnji domaćih posetilaca, koja će se koristiti u izradi TSA. Pored toga ove podatke je trebalo koristiti i pri izradi sistema nacionalnih računa, pre svega u obračunu lične potrošnje domaćinstva. Prikupljali su se podaci o izdacima za putovanja i to: Smeštaj u hotelu i drugim objektima, smeštaj u kući/stanu u sopstvenom vlasništvu, hrana i piće, prevoz (drumski, vazdušni vođeni, železnički), dodatne usluge prevoza, iznajmljivanje automobila, održavanje i popravka prevoznih sredstava, usluge putničkih agencija, usluge tur operatera, pozorišta, muzeji, sport i rekreacija, druge zabavne i rekreativne aktivnosti, finansijske usluge i osiguranja i ostalo.¹⁸⁶ Anketa je sprovedena pre puta, tokom putovanja i nakon putovanja. Na osnovu dobijenih podataka izrađene su prve četiri tabele TSA. Da bi se razvili satelitski računi turizma u Srbiji prethodno je potrebno razviti Input-Output tabele s obzirom da su one glavni izvor satelitskog računa turizma.¹⁸⁷ Prema proračunima Svetskog saveta za putovanja i turizam u tabeli br.3-1. se vidi da u 2014. godini direktni doprinos putovanja i turizma u Srbiji iznosi 2,07% BDP-a.¹⁸⁸

U Tabeli br.3-1. predstavljen je direktni doprinos putovanja i turizma BDP-u, na prostoru bivše Jugoslavije u periodu od 2007 do 2015. godine. Podaci su preuzeti sa sajta Svetskog saveta za putovanja i turizam (WTTC).

U tabeli br.3-1. se vidi da je prema procenama WTTC-a direktni doprinos turizma BDP-u u Hrvatskoj najveći u regionu u posmatranim zemljama bivše Jugoslavije. U 2014. godini u Hrvatskoj direktni doprinos turizma BDP-u je iznosio 12,53% dok se za 2015. godinu prognozira da će ostvariti blagi rast za oko 2,63% i dostići 12,86% BDP-a.¹⁸⁹ U Crnoj Gori direktni doprinos turizma BDP-u u 2014. godini iznosi 9,52% i zauzima drugo mesto posle Hrvatske kada se posmatraju zemlje na prostoru bivše Jugoslavije. WTTC u svojim istraživanjima prognozira se da će Crna Gora ostvariti rast od 2,73% i dostići 9,78% učešća u BDP-u u 2015. godini.¹⁹⁰ Slovenija zauzima treće mesto 14,4 direktnom učešću turizma u BDP-u zemlje koji iznosi 3,50% od BDP-a u 2014. godini. Prema prognozama WTTC-a očekuje se da će u 2015. godini direktni doprinos putovanja i turizma iznositi približno isto.¹⁹¹

¹⁸⁶ <http://webcrzs.stat.gov.rs/>

¹⁸⁷ Republički zavod za statistiku Srbije. (2010.) *Satelitski račun turizma* str.4-5.

¹⁸⁸ WTTC. (2015). *Travel & Tourism. Serbia Economic Impact Report 2015*. str.1-3.

¹⁸⁹ WTTC. (2015). *Travel & Tourism. Croatia Economic Impact Report 2015*. str.1-3.

¹⁹⁰ WTTC. (2015). *Travel & Tourism. Montenegro Economic Impact Report 2015*. str.1-3.

¹⁹¹ WTTC. (2015). *Travel & Tourism. Slovenia Economic Impact Report 2015*. str.1-3.

Prema procenama WTTC-a direktni doprinos turizma BDP-u u Bosni i Hercegovini u 2014. godini iznosi 2.52% a prognoza približno ista vrednost i u 2015. godini (2.54%).¹⁹² U Srbiji prema istraživanjima WTTC-a direktni doprinos turizma BDP-u u 2014. godini iznosio je 2.07%, a očekuje se u 2015. godini približno isto učešće 2.11%.¹⁹³ Makedonija beleži najmanji direktni doprinos turizma bruto domaćem proizvodu sa svega 1.39% u 2014. godini i pretpostavlja se da će u 2015. godini održati na približno istom nivou.¹⁹⁴

Tabela br.3-1. Direktni doprinos putovanja i turizma BDP-u, na prostoru bivše Jugoslavije

Direktni doprinos putovanja i turizma BDP-u	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015p
Bosna i Hercegovina									
US milrd. dolara	0.47	0.54	0.47	0.42	0.44	0.42	0.45	0.45	0.42
% udeo u BDP	3.04	2.87	2.73	2.50	2.44	2.42	2.52	2.52	2.54
Hrvatska									
US milrd. dolara	5.56	6.84	5.56	5.84	6.04	5.88	6.05	6.26	5.89
% udeo	11.13	11.91	10.38	11.39	11.27	11.97	12.01	12.53	12.86
Makedonija									
US milrd. dolara	0.12	0.14	0.13	0.11	0.14	0.13	0.15	0.16	0.14
% udeo	1.36	1.34	1.27	1.11	1.21	1.24	1.36	1.39	1.34
Crna Gora									
US milrd. dolara	0.44	0.54	0.34	0.34	0.39	0.40	0.45	0.46	0.44
% udeo	11.91	11.89	8.31	8.19	8.64	9.04	9.42	9.52	9.78
Srbija									
US milrd. dolara	0.60	0.79	0.71	0.65	0.78	0.72	0.83	0.89	0.84
% udeo	1.53	1.65	1.76	1.75	1.79	1.86	1.89	2.07	2.11
Slovenija									
US milrd. dolara	1.49	1.74	1.65	1.57	1.75	1.62	1.70	1.73	1.66
% udeo	3.08	3.12	3.28	3.30	3.41	3.50	3.54	3.50	3.52

Izvor: <http://www.wttc.org/datagateway/>

¹⁹²WTTC (2015), *Travel & Tourism Bosnia and Herzegovina Economic Impact Report 2015*, str 1-3.

¹⁹³WTTC (2015), *Travel & Tourism Serbia Economic Impact Report 2015*, str 1-3.

¹⁹⁴WTTC (2015), *Travel & Tourism Macedonia Economic Impact Report 2015*, str 1-5.

U tabeli br.3-2. predstavljen je ukupni doprinos turizma BDP-u u zemljama na teritoriji bivše Jugoslavije. Ukupni doprinos je zbir direktnog, indirektnog i izazvanog (indukovanog) doprinosa turizma BDP-u zemlje.¹⁹⁵

Tabela br.3-2. Ukupni doprinos putovanja i turizma BDP-u, na prostoru bivše Jugoslavije

Ukupni doprinos putovanja i turizma BDP-u	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015p
Bosna i Hercegovina									
US milrd. dolara	1.74	1.97	1.74	1.58	1.64	1.55	1.66	1.66	1.71
% udeo	11.28	10.55	10.10	9.39	9.02	8.94	9.22	9.29	9.32
Hrvatska									
US milrd. dolara	13.90	16.75	13.57	13.80	14.12	13.56	13.87	14.13	13.11
% udeo	27.82	29.16	25.35	26.94	26.32	27.58	27.54	28.28	28.61
Makedonija									
US milrd. dolara	0.44	0.53	0.49	0.43	0.51	0.50	0.56	0.59	0.53
% udeo	4.96	4.96	4.82	4.23	4.54	4.73	5.11	5.20	5.00
Crna Gora									
US milrd. dolara	0.87	1.20	0.74	0.72	0.79	0.81	0.94	0.97	0.94
% udeo	23.59	26.46	17.88	17.51	17.30	18.33	19.50	20.04	20.95
Srbija									
US milrd. dolara	1.83	2.42	2.11	1.90	2.37	2.15	2.48	2.62	2.47
% udeo	4.70	5.06	5.26	5.12	5.41	5.58	5.63	6.12	6.21
Slovenija									
US milrd. dolara	5.26	6.25	6.06	5.80	6.49	5.88	6.18	6.27	6.02
% udeo	10.86	11.20	12.08	12.15	12.66	12.68	12.88	12.70	12.74

Izvor: <http://www.wttc.org/datagateway/>

¹⁹⁵ www.wttc.org

U Hrvatskoj je ukupni doprinos turizma BDP-u najveći među posmatranim zemljama bivše Jugoslavije. U 2014. godini u Hrvatskoj ukupni doprinos turizma iznosio je 28,28% dok je za 2015. godinu prognozirano 28,61% BDP-a, što predstavlja neznatan rast za oko 1,16%.¹⁹⁶ Ukupni doprinos turizma BDP-u u Crnoj Gori za 2014. godinu iznosi 20,4% a prognozira se u 2015. godini 22,1%.¹⁹⁷ U Sloveniji je ukupni doprinos putovanja i turizma iznosio 12,70% u 2014. godini a pretpostavlja se da će u 2015. godini će ostati na približno istom nivou.¹⁹⁸ Prema istraživanjima WTTC-a ukupni doprinos turizma u Bosni i Hercegovini za 2014. godinu iznosi 9,29% a prognozira se slični doprinos i u 2015. godini 9,32%.¹⁹⁹ U 2014. godini Srbija je beleži ukupni doprinos putovanja i turizma od 6,12% od ukupnog BDP-a, prognozira se u 2015. godini neznatan rast od 1,47% što predstavlja 6,21%.²⁰⁰ Makedonija beleži najmanji ukupni doprinos turizma i putovanja BDP-u svega 5,20% u 2014. godini i očekuje se da će se održati na približno istom nivou u 2015. godini (5,0%).²⁰¹

Iz prethodnog teksta možemo zaključiti da većina zemlja na teritoriji bivše Jugoslavije još uvek nema potpuno razvijene satelitske račune. U pojedinim zemljama TSA je u fazi razvoja, ali se taj proces odvija veoma sporo jer ne postoji dovoljno relevantnih informacija, dovoljno razvijene nacionalne statistike, dovoljno resursa koji predstavljaju stvarnu kočnicu pri njihovom uvođenju. Da bi se razvio TSA treba imati u vidu snažne regionalne aspekte koji utiču na turizam, koncepte regionalnog razvoja i unapređenja TSA uz istovremene napore da se poboljšaju statistički izvori koji mogu da obezbede podatke koji se odnose na turističku potrošnju i proizvodnju. UNWTO zajedno sa OECD-om i Eurostat-om konstantno pripremaju seminare, regionalne sastanke i konferencije kako bi podigli svest o potrebi uvođenja TSA, naročito u zemljama gde je turizam od izuzetnog značaja za privredu zemlje.

¹⁹⁶WTTC.(2014). *Travel & Tourism.Croatia Economic Impact Report 2015*. str.1-3.

¹⁹⁷WTTC.(2014). *Travel & Tourism.Montenegro Economic Impact Report 2015*. str.1-3.

¹⁹⁸WTTC.(2014). *Travel & Tourism.Slovenia Economic Impact Report 2015*. str.1-3.

¹⁹⁹WTTC.(2014). *Travel & Tourism.Bosnia and Herzegovina Economic Impact Report 2015*. str.1-3.

²⁰⁰WTTC.(2014). *Travel & Tourism.Serbia Economic Impact Report 2015*. str.1-3.

²⁰¹WTTC.(2014). *Travel & Tourism.Macedonia Economic Impact Report 2015*. str.1-5.

3.2. Stanje u obračunu turističkih pokazatelja u Srbiji

Srbija treba da preduzme značajne napore da poboljša statistički sistem turizma. Ne postoje informacije o potrošnji ulaznog turizma (potrošnji inostranih turista u Srbiji), izlaznog turizma (potrošnji rezidenata u inostranstvu²⁰² ili domaćoj turističkoj potrošnji. Ova vrsta statističkih informacija predstavlja preduslov za izradu satelitskog računa turizma. U Srbiji je sprovedeno istraživanje o potrošnji 2009. godine. Izrađene su prve četiri tabele satelitskog računa turizma koje se odnose na turističku potrošnju u 2007. godini. Istraživanje posle 2007. godine nije sprovedeno ponovo. Takođe, treba napomenuti da sistem nacionalnih računa SNA 2008 nije implementiran u potpunosti kao i da Srbija nema razvijene input-output tabele na kojima se zasniva izrada TSA.²⁰³

Republički zavod za statistiku sprovodi sledeća istraživanja u oblasti statistike turizma koja se odnose na turistički promet u Republici Srbiji:²⁰³

- Izveštaj o dolascima i noćenjima turista
- Istraživanje o turističkim agencijama (domaći turisti i noćenja u aranžmanu domaćih turističkih agencija po zemljama putovanja; strani turisti i noćenja u aranžmanu domaćih turističkih agencija po zemljama porekla)

Narodna banka Srbije sprovodi sledeća istraživanja:

- Strukturu deviznog priliva i odliva od turizma mesečno
- Strana direktna ulaganja u novcu po delatnosti kvartalno

U nastavku se daju objašnjenja o sledećim istraživanjima: izveštaj o dolascima i noćenjima turista, turističkim agencijama i o deviznom prilivu i odlivu od turizma. Istraživanja o stranim direktnim ulaganjima u novcu po delatnostima neće biti predmet analize.

²⁰² Republički zavod za statistiku Srbije. *Plan implementacije SNA 2008*. Beograd. 1-4

²⁰³ www.stat.gov.rs

3.2.1. Izveštaj Republičkog zavoda za statistiku Srbije o dolascima i noćenjima gostiju

Statističko istraživanje koje sprovodi Republički zavod za statistiku Srbije o dolascima i noćenjima turista u smeštajnim objektima spada u grupu istraživanja sa dugom tradicijom. Uvedeno je u sistem 1946. godine. Cilj mesečnog istraživanja o dolascima i noćenjima gostiju u smeštajnim objektima je obezbeđivanje osnovnih podataka o obimu i strukturi turističkog prometa i kapacitetima ugostiteljskih i drugih objekata za smeštaj gostiju. Istraživanjem se prikupljaju podaci:

- O broju dolazaka i noćenja inostranih turista u ugostiteljskim i drugim objektima za smeštaj prema području prebivališta turista
- O broju dolazaka i noćenja inostranih turista u ugostiteljskim i drugim objektima za smeštaj prema zemlji pripadnosti turista
- O broju ugostiteljskih i drugih objekata za smeštaj turista po vrstama i kategorijama, kao i broju soba i broju ležaja u tim objektima
- Za statistički poslovni registar (registar privrednih društava i preduzetnika)
- Za registar domaćinstva koja nude smeštaj turistima koji vodi nadležni opštinski organ
- Za druge administrativne izvore (Agenciju za privredne registre, Ministarstvo privrede Vlade republike Srbije, Ministarstvo finansija Vlade republike Srbije i dr.)

Broj dolazaka ne odgovara broju turista. Turista može prilikom svog putovanja da poseti više mesta. U tom slučaju se njegov dolazak beleži u svakom smeštajnom objektu u toku svog putovanja. Turističkim dolascima obuhvaćeni su samo oni dolasci, koje su ostvarili turisti, koji su barem jednom noćili u registrovanim objektima za smeštaj turista. Ne obuhvataju se gosti koji stalno stanuju u objektu (osoblje objekta, vlasnik objekta i članovi njegovog domaćinstva i sl.), kao ni lica koja imaju status izbeglice.²⁰⁴

33

U tabeli br.3-3. se **2** e dolasci i noćenja stranih i domaćih turista u periodu od 2005. godine do 2012. godine. U turističkom prometu **S** rbi je, ukupni dolasci i noćenja beleže konstantan rast do 2008. godine. Domaći turisti beleže dominantno mesto u ukupnom turističkom prometu, ali poslednjih godina je evidentno smanjenje broja dolazaka i broja noćenja domaćih turista u korist stranih.

²⁰⁴ www.stat.gov.rs

Tabela br.3-3.Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista po godinama u Srbiji

Godina	Ukupno	Domaći	Strani
Dolasci turista - godišnji podaci			
2005	1.988.469	1.535.790	452.679
2006	1.889.771	1.420.929	468.842
2007	2.306.558	1.610.513	696.045
2008	2.266.166	1.619.672	646.494
2009	2.018.466	1.373.444	645.022
2010	2.000.597	1.317.916	682.681
2011	2.068.610	1.304.443	764.167
2012	2.079.643	1.269.676	809.967
Noćenja turista - godišnji podaci			
2005	6.499.352	5.295.051	1.204.301
2006	6.407.225	5.391.913	1.015.312
2007	7.328.692	5.853.017	1.475.675
2008	7.334.106	5.935.219	1.398.887
2009	6.761.715	5.292.613	1.469.102
2010	6.413.515	4.961.359	1.452.156
2011	6.644.738	5.001.684	1.643.054
2012	6.484.702	4.688.485	1.796.217

Izvor: <http://webzbs.stat.gov.rs/>

Učešće dolazaka domaćih turista u ukupnom u 2012. godini iznosi 62%, a stranih 38%. Vidimo da je ostvaren najveći broj stranih turista u Srbiji 2012. godini i iznosi 809.967 dolazaka što je 6% više u odnosu na 2011. godinu. Takođe se može uočiti da je taj trend od 2009. godine blago rastući. Upravo je to pokazatelj da Srbiju godišnje poseti sve veći broj stranih turista. Takođe je interesantan podatak da se broj domaćih gostiju iz godine u godinu blago smanjuje, pa je tako u 2011. godini taj broj iznosio 1.304.443 a 2012. godine 1.269.676 i beleži pad od 2,5%. U 2012. godini broj stranih noćenja iznosio je 1.796.217 što je 153.163 noćenja više u odnosu na 2011. godinu. Broj noćenja domaćih turista je opao u 2012. godini i iznosi 4.688.485, to je za 313.199 manje u odnosu na 2011. godinu.²⁰⁵

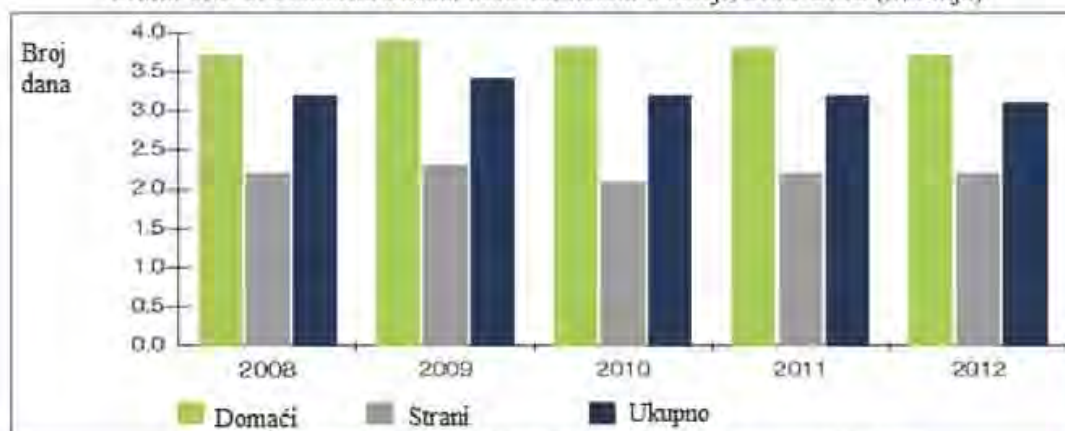
U Srbiji je najviše ostvareno ukupnih noćenja u 2007. i 2008. godini kada je ostvareno 7.328.692 i 7.334.106 noćenja. Blagi pad noćenja se vidi u 2009. godini i 2010. godini što je posledica svetske ekonomske krize. Međutim, 2009. godine u Srbiji se odražavala Univerzijada i

²⁰⁵ www.stat.gov.rs

zbog toga je zabeležen rast inostranog prometa za oko 5% kad je reč o noćenjima u odnosu na prethodnu godinu. Sa povećanjem broja dolazaka moguće je postići i blagi porast deviznog prihoda ako budemo i dalje stimulisali razvoj turizma kao i afirmaciju raznih već poznatih manifestacija poput „Exita“, „Guče“ i nekih važnijih manifestacija.

Prosečna dužina boravka stranih turista u Srbiji u 2012. godini iznosi oko 2,2 dana a domaćih turista 3,7.²⁰⁶ Na grafiku br.3-1. se vidi da prosečna dužina domaćih dana boravka opada iz godine u godinu, dok prosečna dužina stranih boravaka beleži blagi rast iz godine u godinu.

Grafik br.3-1. Prosečna dužina boravka turista u Srbiji, 2008-2012 (noćenja)



Izvor: RZS i WTTC, Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013

Danas se turisti sve više opredeljuju za češće i kraće odmore, u odnosu na tradicionalne godišnje odmore koji su trajali dve i više nedelja. Trend ka kraćim odmorima i mogućnosti koje nudi Internet dovode do porasta rezervacija broja karata i hotelskih soba u poslednjem trenutku, često po vrlo povoljnim cenama, jer se pružaoci usluga takmiče u prodaji preostalih kapaciteta.²⁰⁷

U tabeli br.3-4. se vidi procenat dolazaka tokom godine ostvarenih u Beogradu, Novom Sadu, planinama, banjama, odmaralištima, i ostalim mestima.

²⁰⁶ WTTC (2013), *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*, str. 24

²⁰⁷ Linković, S., Zečević, B., (2009), *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Ekonomski fakultet Beograd, str. 441

Vidi se da su međunarodni dolasci u planinskim mestima povećani u januaru i iznose oko 11%, što je i očekivano. Interesantno je da procenat međunarodnih dolazaka u julu mesecu u Beogradu iznosi 8% a istog meseca u Novom Sadu 18% zahvaljujući EXIT festivalu.²⁰⁸

97

Tabela br.3-4. Dolasci turista mesečno po mestima boravka (u procentima) u 2011. godini

	JAN	FEB	MAR	APR	MAJ	JUN	JUL	AVG	SEPT	OKT	NOV	DEC	UKUPNO
MEĐUNARODNI DOLASCI													
Beograd	4	5	7	8	11	10	8	10	11	11	8	7	100
Novi Sad	5	6	6	8	13	10	18	8	10	8	5	6	100
Planine	11	4	6	6	9	11	13	13	6	6	4	9	100
Odmarališta	4	4	5	7	10	11	15	15	10	8	6	5	100
Ostala mesta	4	4	4	8	8	12	12	15	12	8	8	8	100
Banje	3	3	3	6	9	15	15	15	12	6	3	9	100
Ukupno	5	5	6	8	11	10	11	11	11	10	7	7	100
DOMAĆI DOLASCI													
Beograd	6	7	8	8	10	9	12	12	7	6	7	8	100
Novi Sad	5	5	5	9	16	7	5	5	12	23	7	7	100
Planine	9	9	8	9	13	10	7	8	7	11	5	7	100
Odmarališta	5	4	7	9	15	9	8	8	10	13	6	6	100
Ostala mesta	5	5	7	7	13	9	9	14	9	9	7	7	100
Banje	4	3	6	8	13	11	13	14	10	9	4	5	100
Ukupno	6	6	7	8	13	10	9	10	9	11	5	6	100
UKUPNO TURISTI													
Beograd	5	6	7	8	11	10	9	10	10	10	7	7	100
Novi Sad	5	6	6	9	14	9	12	7	10	14	6	7	100
Planine	9	9	7	8	13	10	8	9	7	10	4	7	100
Odmarališta	5	4	6	8	13	10	10	10	10	11	6	6	100
Ostala mesta	5	5	6	9	11	9	10	15	9	8	6	7	100
Banje	4	3	5	8	12	12	13	14	10	9	4	5	100
Ukupno	6	5	6	8	12	10	10	11	10	10	6	6	100

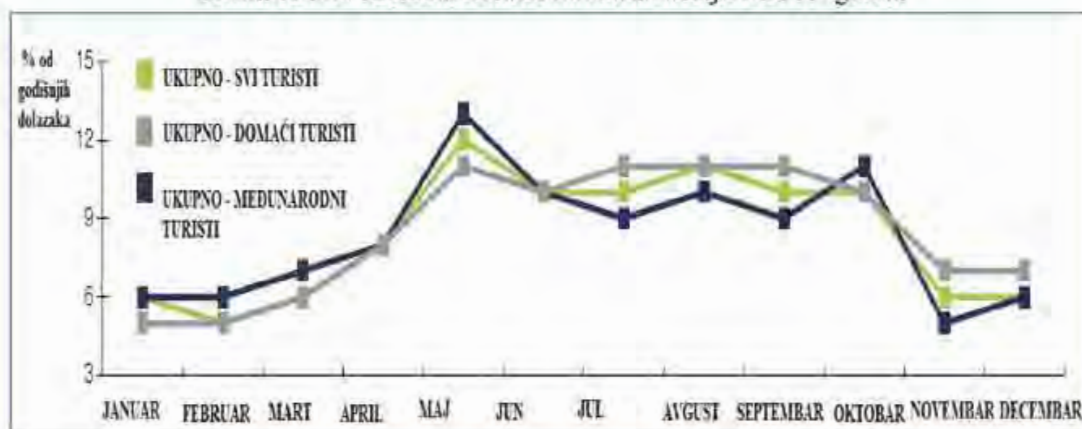
Izvor: RZS i WTTC, Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013

Na grafiku br.3-2. se prikazuje kretanje mesečnih dolazaka (domaćih, stranih i ukupnih) turista u Srbiji u 2011. godini. Vidi se da Srbija ne pati od značajnog sezonskog problema kao neke druge Balkanske države. Mesec maj je sa najvišim procentom godišnjih dolazaka kako domaćih, tako i inostranih turista. Ostalih šest meseci u periodu od maja do oktobra pokazuju

²⁰⁸ WTTC (2013.), Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013, str. 24

izbalansirani prosek negde oko 10-10,5% od ukupnog. Na grafiku br.3-2. se vidi da januar, februar i novembar imaju najmanji procenat oko 5% svih turista.

Grafik br.3-2. Mesečni dolasci turista za Srbiju u 2011. godini



Izvor: RZS i WTTC. Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013

U tabeli br.3-5. se vidi da je broj međunarodnih dolazaka u grad Beograd iznosio 1.5 miliona u 2012. godini, približno isto kao i 2008. godine. Drugi grad po značaju za turizam Srbije je Novi Sad sa ostvarenih 203.5 hiljada dolazaka, daleko iza glavnog grada i sa skromnih 2.2% više poseta godišnje u odnosu na 2008. godinu, zatim Niš sa 96.5 hiljada posetilaca u toku godine, znatno manje (8,2%) u odnosu na 2008. godinu. Ostali gradovi takođe generalno beleže pad broja posetilaca iz inostranstva.²⁰⁹

Tabela br.3-5. Ukupni dolasci i noćenja po vodećim gradovima u Srbiji, 2008-2012 (u hiljadama)

GRAD	2008	2009	2010	2011	2012
Beograd	1506.4	1483.9	1489.8	1481.8	1502.2
% promene	-0.1	-1.5	0.4	-0.5	1.4
Novi Sad	186.3	181.6	196.4	217.8	203.5
% promene	-2.3	-2.5	8.1	10.9	-5.6
Niš	135.6	132.9	134.8	119.7	96.5
% promene	2.6	-2.0	1.4	-11.2	-19.4
Ostali	437.7	222.6	180.0	249.7	227.8
% promene	-6.0	-49.1	-19.1	38.7	-11.3

Izvor: RZS i WTTC. Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013

²⁰⁹ WTTC. Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013, str. 26.

Planine dominiraju velikim delom teritorije Srbije. Od panonskih brda na severu sve do granice sa Crnom Gorom, Albanijom i Makedonijom na jugu. Planine Srbije pripadaju Karpatima, Balkanskim i Dinarskim planinskim vencima. Stoga ne iznenađuje to što planinska odmarališta u Srbiji ostvaruju značajan broj turističkih dolazaka i noćenja, od blizu 400.000 i 1.6 miliona, u 2012. godini. Njihov udeo u broju noćenja je više od 20% od ukupnog broja. U tabeli br.3-6. se vidi da su dolasci po planinskim mestima u 2012. godini niži nego što su bili 2008. i 2009. godine kada se dogodila globalna finansijska i ekonomska kriza koja se odrazila na turizam kao ni jedna do tada.²¹⁰

Tabela br.3-6. Dolasci po planinskim odmaralištima, 2008-2012

Planinska odmarališta	2008	2009	2010	2011	2012
Ukupno (u hiljadama)					
Dolasci	577.0	391.0	377.0	374.0	397.0
Noćenja	1912.0	1688.0	1467.0	1490.0	1600.0
Godišnji rast (%)					
Dolasci	-32.2	-3.7	-0.6	6.2	-4.7
Noćenja	-11.7	-13.1	1.6	7.4	5.7
Prosečna dužina boravka					
Noćenja	4.3	3.9	4.0	4.0	4.2

Izvor: RZS i WTTC, *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*

Važno je napomenuti da su domaći turisti ostvarili 88% ukupnih ostvarenih dolazaka, što potvrđuje činjenicu da je međunarodno tržište još uvek u povelju, tj. da se još uvek oporavlja od globalne finansijske krize koja se dogodila krajem 2008. godine. Posledice svetske finansijske i ekonomske krize delovale su i u narednim godinama što je imalo za posledicu negativan uticaj na razvoj turizma u svetu ali i u Srbiji.

143

U cilju očuvanja harmonije između biljnog i životinjskog sveta neke planine su zaštićene i proglašene parkovima prirode ili su u oblastima od izuzetnog značaja. Srbija ima pet nacionalnih parkova a to su: Nacionalni park Đerdap, Fruška Gora, Kopaonik, Šar planina i Nacionalni park Tara.²¹¹

Planine Srbije su atraktivne za turizam i zimi i leti, nudeći mogućnosti za ture pešačenja preko proplanaka i šumskog zemljišta ili naporne šetnje do najviših vrhova.

²¹⁰ WTTC, *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*, str. 26-30.

²¹¹ <http://www.srbija.travel/priroda/nacionalni-parkovi/>

Skijališta su uglavnom dobro opremljena za ski entuzijaste u zimskom periodu, bez obzira da li su početnici ili iskusni skijaši.

Kada je reč o segmentu međunarodnog zdravstvenog/wellness turizma, procenjuje se da je samo oko 10% turista koji posećuju banje iz inostranstva. Ipak, jasno je da zemlja ima ogroman potencijal u segmentima zdravstvenog (wellness) turizma. Ona ima preko 1.000 izvora hladne i tople mineralne vode, kao i bogatstvo prirodnih mineralnih gasova i lekovitog blata. Srbija ima više od 53 termalnih odmarališta koje nude banjske terapije koje su prilagođene za lečenje širokog spektra zdravstvenih tegoba i bolesti.²¹²

Godine 2012, domaći i strani banjski turisti ostvarili su 347.000 dolazaka. Oni su ostvarili preko 2 miliona noćenja i prosečnu dužinu boravka od 5,9 ostvarenih noćenja što je manje od onog koji je ostvaren 2007. i 2008. godine.²¹³ Obzirom da je prema podacima za prvi kvartal 2013. broj turista u banjama porastao za 11%, a da je broj noćenja opao za 3%, prosečan boravak će dodatno opasti.

Tabela br.3-7. Dolasci i noćenja u banjama, 2008-2012

GRAD	2008	2009	2010	2011	2012
Ukupno (u hiljadama)					
Dolasci	366.0	358.0	345.0	375.0	347.0
Noćenja	2368.0	2287.0	2211.0	2308.0	2036.0
Godišnji rast (%)					
Dolasci	-4.6	-2.1	-3.8	8.8	-7.5
Noćenja	1.4	-3.4	-3.3	4.4	-11.8
Prosečna dužina boravka					
Noćenja	6.5	6.4	6.4	6.1	5.9

Izvor: RZS i WTTC. *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*

Većina banja u zemlji su dobro pozicionirane, upitomim dolinama ili na padinama brda, okružene šumom, pašnjacima i voćnjacima. Parkovi, pešačke staze, sportski tereni i bazeni na raspolaganju su van osnovnih zdravstvenih ustanova u banjama. Neki centri imaju i osnovne objekte za kongrese i seminare, kao i sale za sport.

²¹²WTTC. *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*. str 27-30.

²¹³www.stat.gov.rs

3.2.2. Istraživanje Republičkog zavoda za statistiku Srbije o turističkim agencijama

Istraživanjem su obuhvaćene turističke agencije koje poseduju licencu za obavljanje delatnosti organizatora turističkih putovanja pod uslovima propisanim zakonom, radi sticanja dobiti. Najvažniji ciljevi statističkog istraživanja su da se obezbede podaci koji se odnose na mrežu turističkih agencija u zemlji i inostranstvu (broj agencija, broj poslovnica, broj zaposlenih), obim i strukturu turističkog prometa domaćih turista dobijenih iz turističkih agencija, opremljenost turističkih agencija sopstvenim prevoznim sredstvima ili iznajmljivanje turistima. Tako dobijeni rezultati se koriste za analizu.²¹⁴

- Stepena organizovanosti turističkog prometa posredstvom agencija
- Obima i strukture turističkog prometa
- Ekonomskog uticaja turističkih agencija na organizaciju turističkog prometa
- Izrade satelitskog računa u turizmu, kao sastavnog dela nacionalnih računa u cilju sagledavanja uticaja turizma na ekonomiju zemlje

7

Istraživanje se sprovodi izveštajnom (poštanskom) metodom. Svaka izveštajna jedinica, na osnovu uputstava na upitniku i uputstva statističara, popunjava obrazac TU-14, koristeći dokumentaciju propisanu Zakonom o turizmu i pravilnicima iz te oblasti. Istraživanje je polugodišnje.

Da bi se ustanovila uloga domaćih turističkih agencija u tabeli br.3-8. je predstavljen broj domaćih i stranih turista kao i ostvarena noćenja za 2011. godinu. U posmatranoj tabeli vidi se da srpski turisti najviše posećuju Grčku u aranžmanu domaćih turističkih agencija (u 2011. godini). Ostvareno je 259.283 dolazaka, a broj noćenja je iznosio 2.395.690 iste godine. Sledeća zemlja po posećenosti je Crna Gora i broj turista u aranžmanu iznosi 70.180, a broj noćenja u 2011. godini iznosi 589.424. Potom sledi Turska gde broj turista u aranžmanu iznosi 56.167, a broj noćenja u 2011. godini iznosi 533.078. Zatim sledi Italija koju je posetilo 28.488 srpskih turista, Španija 26.372 i Egipat sa 22.455. Broj ostvarenih domaćih dolazaka u aranžmanu domaćih turističkih agencija iznosio je 190.709 a broj noćenja 770.912.²¹⁵

Najviše stranih turista u 2011. godini koji su posetili Srbiju je iz Poljske 4995, zatim iz Slovenije 2401 i iz Bosne i Hercegovine 1926. Po broju noćenja provedenih u Srbiji u aranžmanu domaćih turističkih agencija, u 2011. godini najviše je posetilaca bilo iz Bosne i Hercegovine 6893, zatim iz Slovenije 5335 i Makedonije 5028. Interesantno je da je u aranžmanu domaćih turističkih

²¹⁴ www.stat.gov.rs

²¹⁵ Republički zavod za statistiku Srbije, *Statistički godišnjak 2012* str.330-340.

agencija, u 2011. godini iz Poljske zabeleženo 4.995 inostranih turista koji su boravili u Srbiji, a domaćih turista koji su boravili u Poljskoj svega 2.471 što predstavlja razliku od 2.524.²¹⁶

Tabela br.3-8. Broj domaćih i stranih turista i broj noćenja u aranžmanu domaćih turističkih agencija po zemljama za 2011. godinu

	Broj Turista			Broj Noćenja		
	Domaći	Strani	Saldo	Domaći	Strani	Saldo
Austrija	18.925	189	18.736	55.883	512	55.371
Bosna i Hercegovina	2.706	1.926	780	7.759	6.893	866
Bugarska	17.372	402	16.970	123.625	889	122.736
Velika Britanija	849	728	121	6.181	2.213	3.968
Grčka	259.283	847	258.436	2.395.690	1.701	2.393.989
Italija	28.488	820	27.668	128.555	2.639	125.916
Mađarska	15.677	283	15.394	50.504	648	49.856
Makedonija	7.267	850	6.417	41.487	5.028	36.459
Nemačka	5.318	1.113	4.205	14.945	4.149	10.796
Poljska	2.471	4.995	-2.524	6.381	5.227	1.154
Rumunija	2.732	347	2.385	5.737	846	4.891
Rusija	1.975	1.192	783	9.137	3.235	5.902
Slovačka	1.770	27	1.743	4.059	88	3.971
Slovenija	7.689	2.401	5.288	31.146	5.335	25.811
Turska	56.167	187	55.980	533.078	571	532.507
Francuska	7.457	776	6.681	30.605	2.715	27.890
Crna Gora	70.180	1.015	69.165	589.424	4.088	585.336
Češka Republika	22.076	90	21.986	74.416	202	74.214
Španija	26.372	315	26.057	198.521	969	197.552
Ostale evropske zemlje	7.544	2.562	4.982	43.787	6.643	37.144
SAD i Kanada	930	300	630	7.403	935	6.468
Ostale van-evropske zemlje	14.279	231	14.048	125.133	442	124.691
UKUPN	577.527	21.596	555.931	4.483.456	55.968	4.427.488

Izvor: Republički zavod za statistiku Srbije, Statistički godišnjak 2012

²¹⁶ Republički zavod za statistiku Srbije, Statistički godišnjak 2012 str.330-340; i www.stat.gov.rs

3.2.3. Istraživanje Narodne banke Srbije o deviznom prilivu i odlivu od turizma

Iz ovih istraživanja možemo koristiti podatke potrebne za izradu TSA. Takođe u ovim istraživanjima je obuhvaćen i ukupan priliv i odliv od turizma razvrstan po zemljama i izražen u hiljadama dolara.

Tabela br.3-9. Devizni priliv i odliv od turizma od 2007-2013. godine u hiljadama dolara

Godina	Devizni priliv od turizma	Devizni odliv od turizma	Saldo
2007	865,301	1,041,421	-176,120
2008*	944,251	1,253,651	-309,400
2009	865,373	958,725	-93,352
2010	798,382	952,557	-154,175
2011	991,660	1,113,578	-121,918
2012	906,127	1,016,724	-110,597
2013	1,052,884	1,117,047	-64,163

Izvor: Narodna Banka Srbije, Sektor za ekonomske analize i istraživanja.

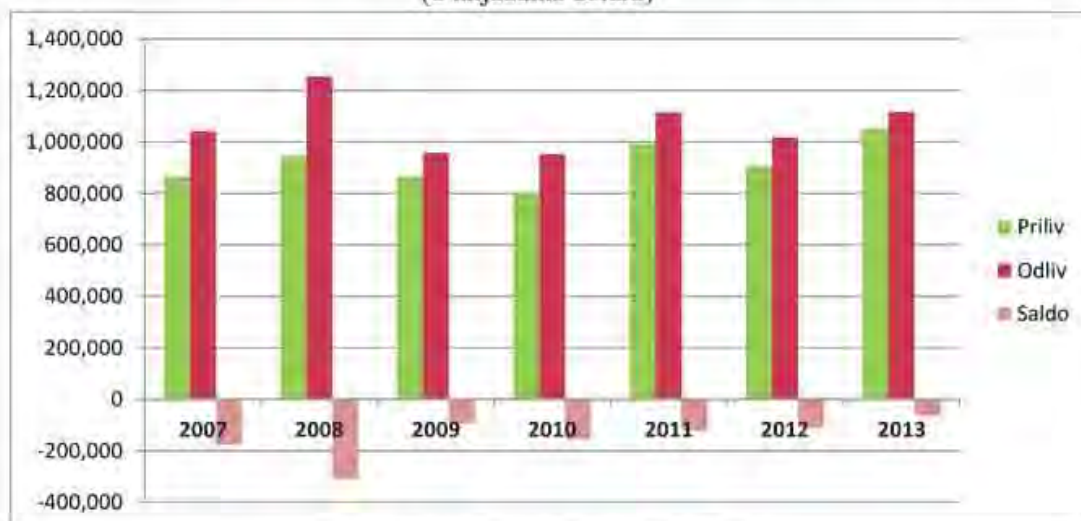
U tabeli br.3-9. se vidi kretanje deviznog priliva i odliva od turizma u periodu 2007-2013. godine izraženo u hiljadama dolara. Prema podacima sa sajta Narodne banke Srbije: ostvaren devizni priliv od turizma u 2011. godini iznosi 992 miliona USD, odnosno 5% više u odnosu na 2010. godinu (798 miliona USD). Takođe, se vidi da je devizni odliv u 2011. godini iznosio je 1.113 miliona USD, odnosno 14% više u odnosu na 2010. godinu (952 miliona USD). Ukoliko se rast deviznog priliva od turizma u Srbiji nastavi istom dinamikom realno je očekivati u narednim godinama pozitivan saldo prihoda od turizma.²¹⁷

Može se konstatovati da je ostvaren veći devizni odliv od priliva u turizmu tj. deficit u toku svih posmatranih godina. Najveći deficit je zabeležen 2008. godine i iznosi 309 miliona dolara. Iste godine devizni odliv se povećao za 20,4% u odnosu na 2007. godinu da bi 2009 i 2010. godine imao pad za 23,5% odnosno 24% u odnosu na 2008. godinu. Od 2010. godine deficit ima tendenciju blagog pada i iznosio je 154 miliona dolara u 2010. godini, 121 milion dolara 2011. godine i 110 miliona dolara 2012. godine. U 2013. godini ostvaren je najmanji deficit prihoda od turizma od 64 miliona dolara. Na grafiku br.3-3. prikazano je kretanje deviznog priliva i odliva od turizma u Srbiji u periodu 2007-2013. godine.

* Napomena: Narodna Banka Srbije od 2008. godine u devizni priliv i odliv računa i tzv. procenu vanpanstonske potrošnje turista

²¹⁷ www.stat.gov.rs

Grafik br.3-3. Kretanje deviznog priliva i odliva od turizma u Srbiji u periodu 2007-2013. godine (u hiljadama dolara)²¹⁸



Izvor: Narodna Banka Srbije – Platni Bilans

3.3. Potrebna istraživanja i smernice za izradu TSA za Srbiju

Da bi se analizirali neophodni podaci za izradu satelitskog računa turizma, WTTC sugeriše da je potrebno definisati „željenu listu podataka“ koja predviđa potrebne informacije za kreiranje sveobuhvatnog satelitskog računa turizma. WTTC i Oxford Economics sugerišu da lista potrebnih podataka nikada nije u potpunosti na raspolaganju, čak i za neke od najvećih svetskih privreda. U slučajevima gde poželjni podaci nisu dostupni, mogu da se koriste druge serije podataka ili izveštaja da bi se unapredili proračuni.²¹⁹

U tabeli br.3-10. je prikazana lista podataka koji su potrebni za izradu TSA za Srbiju, studiju je izveo WTTC 2013. godine a odnosi se na dostupne podatke za 2011. godinu. U legendi ispod tabele su zelenom bojom obeleženi oni podaci koji su dostupni za Srbiju, dok su žutom bojom obeleženi oni podaci koji su delimično dostupni, kao i oni podaci koji su izvedeni iz nekih drugih serija podataka, a crvenom bojom oni koji nisu dostupni.

²¹⁸ www.nbs.rs

²¹⁹ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia, str. 11-12.

Tabela br.3-10. Lista podataka potrebnih za izradu TSA za Srbiju (2011.)

Kategorija	Podaci	Detalji	Primljeni podaci
1. Statistika turizma	1.1 Broj posetilaca	Prema tipu: poslovni, oni koji dolaze u slobodno vreme, poseta prijateljima i rođacima, i da li su dnevni posetioči ili noće	Dostupni ukupni broj, neki podeljeni prema tipu
	1.2 Broj provedenih noći i prosečna dužina boravka	Ovaj podatak bi trebalo da bude obezbeđen za kategorije pod 1.1	Dostupno prema tipu posetilaca (domaći/strani)
	1.3 Potrošnja posetioaca	Idealno bi bilo da je podeljen na tip potrošnje: smeštaj, hrana i piće, prodaja, rekreacija, itd	Platni bilans obezbeđuje ukupne podatke kao i neke detalje: putovanje, prevoz. Detaljna podela se izvodi iz različitih izvora
	1.4 Podaci hotela	Broj hotela Broj soba Broj kreveta Stepen zauzetosti Cene soba Detalji o klasi hotela ako je moguće	Broj hotela, soba, kreveta i detalji o klasi koji su dostupni Cene soba obezbeđene od strane Trivago-a Takođe imamo informaciju o ukupnoj zauzetosti kreveta
	1.5 Dodatni podaci o hotelu	Podela na poslovnu /privatnu tražnju za hotelima	
	1.6 Ostali podaci o turizmu	Slične informacije kao u 1.4 i 1.5 za druge tipove smeštaja i troškove restorana	Ovde imamo druge podatke o smeštaju ali ne i cene soba. Razlike u cenama su izvedene na osnovu Eurostat podataka. Procene potrošnje u restoranima su izvedene iz podataka o prometu u ugostiteljstvu.
2. Statistika prevoza (u i u okviru Srbije sa fokusom na putnički saobraćaj)	2.1 Dolasci	Avio saobraćaj, vođeni, železnički i drumski saobraćaj	Dostupni ukupni broj ulazaka. Dodatni detalji (vazdušni, železnički, drumski) nisu dostupni pa su potrebne dodatne pretpostavke bazirane na informacijama o korišćenju kapaciteta avio prevoza
	2.2 Podaci o korišćenju puteva i pruga	Na primer, broj pređenih kilometara	Podaci o prevozu koji se odnose na broj putnika i prevezena roba i broj ostvarenih pređenih kilometara. Primerujuju se dodatne pretpostavke (odvajanje onih podataka koji se ne odnose na turizam)
	2.3 Prihodi od putnika	Uključujući cene, poreze i druge troškove	Podaci o prihodima od putnika su dostupni za neke (avio saobraćaj, železnički, drumski) ali ne sve tipove prevoza (vođeni). Dodatne pretpostavke se primenjuju na ove okolnosti
	2.4 Podela na poslovna i privatna putovanja	Za sve gore u sekciji 2 gde je moguće	
	2.5 Dodatne informacije	Mesečni podaci u svim slučajevima iznad bi mogli da budu korisni za procenu sezonskog modela	
3. Usluge (godišnji podaci kao i detaljna podela ako je moguća za uvoz/izvoz usluga u Srbiji)	3.1 Podaci o platnom bilansu		Ukupni podaci dostupni iz platnog bilansa, sa nekim detaljima koji su dostupni iako su potrebni dodatni proračuni
	3.2 Svi dodatni stečeni podaci vezani za međunarodne troškove ili prihode		

Izvor: WTTU (2013), Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023, str.69-70.

■ Kompletan podaci ■ Polovično dostupni podaci ■ Nema podataka

Tabele br.3-10. Lista podataka potrebnih za izradu TSA za Srbiju 2011 - nastavak

4. Makroekonomski podaci (npr. vezani za BDP i njegove komponente troškova, prihoda i učinka)	4.1 BDP po sektoru	Dvocifrena NACE klasifikacija ili nešto bolje bi bilo idealno	Da - Dostupno preko RZS
	4.2 Populacija		Da - Dostupno iz popisa i BDP tabela
	4.3 Zaposlenost	Uključuje zaposlene i samozaposlene. Takođe, Dvocifrena NACE klasifikacija ili nešto bolje	Da - Dvocifrena klasifikacija dostupna iz formalnog seta podataka, kao i šireg seta (Z i P5)
	4.4 Platni bilans		Ukupne vrednosti bilansa NBŠ uključujući neke detalje za koje je potreban proračun
	4.5 Inflacija		Da
	4.6 Dostupnost radne snage		
5. Input-output tabela	5.1 Najnovija dostupna input-output tabela za Srbiju	Da omogući procenu direktnih i indirektnih doprinosa putovanja i turizma ekonomiji	Ako nemate kompletnu IO matricu, moguće je učiniti neke pretpostavke iz strukturne poslovne statistike RZS
6. Korisnička potrošnja	6.1 Istraživanje o godišnjim troškovima domaćinstava u Srbiji	Svaki dodatni detalj o troškovima specifično za hotele i restorane bi bio idealan. Plus detalji o troškovima vezanim za rekreaciju (sport) i kulturu (muzeji)	DA - istraživanje o budžetu domaćinstava 2007-2011
7. Vlasništvo nad mestima za stanovanje	7.1 Udeo vikendica ili kuća za odmor u Srbiji	Stranaca i rezidenata Srbije	Popis uključuje podatke o imetaju koji se koristi privremeno i koji se koristi za neko drugo pretpostavljamo da bi se dobili podaci
	7.2 Dodatni detalji o upotrebi	Prosečan broj noći koji se u njima provede godišnje, informacije o iznajmljivanju	
8. Poslovna putovanja	8.1 Svaka istraživanja/studije i podaci koji se odnose na korporativne i vladine troškove na putovanja	Na primer, troškovi korporativnih zabava na konferencijama u Srbiji (kako srpskih tako i stranih kompanija)	Podaci o skupovima
9. Javna potrošnja	9.1 Prema ekonomskim funkcijama vlade ili lokalnim troškovima	Uključuje na nivou države ukupne troškove vlade i lokalne vlasti. Bilo bi idealno da se troškovi kapitala i novca se tretiraju zasebno	Dostupni podaci o javnoj potrošnji
10. Investiranje kapitala	10.1 Godišnji podaci o investicijama prema sektoru prema nameni investicija	Dvocifrena NACE klasifikacija ili nešto bolje bi bilo idealno Potrebni su istorijski podaci da se kvantifikuju uticaji valute i prethodni uticaji	Investicije bruto fiksnog kapitala prema sektoru, kao i ukupne realizovane investicije prema sektoru iz RZS Direktno strane investicije dostupne od strane NBŠ prema sektoru (A - E)
	10.2 Lista prethodnih razvoja sa ciljem procene uticaja projekata		
	10.3 Budući razvoji koji su potrebni da se odrede izgledi	Svaki detalj o hotelima, kompleksima za odmor, izgradnji ili na primer detalji o ulaganjima u vazdušni saobraćaj, ili svaki trenutni ili planirani investicioni projekat vezan za putovanja i turizam	
11. Trgovina	11.1 Godišnji podaci koji izbeđuju detaljne podatke o izvozima u Srbiju	Naročito detalji o brodovima i avionima	Detaljni podaci o izvozu od strane RZS

Izvor: WTTC (2013) Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 - 2023, str. 69-70.

■ Kompletne podaci ■ Polovično dostupni podaci ■ Nema podataka

Za potrebe izrade TSA za Srbiju potrebno je sprovesti dodatna istraživanja na nivou zemlje, koje bi trebalo da sprovede Republički zavod za statistiku u saradnji sa ostalim institucijama koje mogu da obezbede podatke od značaja za turizam i izradu TSA. Međutim, za potrebe TSA, najpre treba izračunati broj posetilaca. Posetilac je osoba koja je posetila zemlju na jedan dan ili više. Tako da posetioce delimo na one koji noće i one koji su došli na jedan dan.²²⁰

Da bi Srbija razvila TSA, Republički zavod za statistiku i nacionalne turističke institucije (turističke organizacije) treba da razviju i usvoje metodologiju TSA:RMF 2008 i sprovedu sopstvena istraživanja, umesto da se oslanjaju na procene međunarodnih institucija. U Srbiji se ne beleže dnevni posetioци kao posebna kategorija.

Neka od potrebnih istraživanja u svrhu TSA su:

a) Istraživanje o turističkim putovanjima domaćeg stanovništva

Istraživanje o putovanjima domaćeg stanovništva u oblasti statistike turizma bi trebalo da predstavlja jedno od najpotrebnijih istraživanja za potrebe TSA. Cilj istraživanja je da se identifikuju karakteristike putovanja stanovništva Srbije: zašto, gde, koliko dugo, kada, kako stanovnici Srbije putuju i koliko troše na ovim putovanjima. Republički zavod za statistiku beleži rezultate istraživanja o ostvarenim noćenjima domaćih turista, zatim destinacije koje posećuju, tip smeštaja koji koriste domaći turisti ali se nigde ne beleži njihova potrošnja. Istraživanje bi takode trebalo da obezbedi podatke o službenim putovanjima kao i o putovanjima u svrhu odmora (sa najmanje jednim noćenjem), a posebno se razmatra boravak kod rođaka ili prijatelja, samo ako nisu u pitanju odlasci svakog vikenda. Informacije o turističkim putovanjima domaće populacije moguće je prikupiti metodom telefonskog intervjua. Takode moguće je sprovesti određena istraživanja na graničnim prelazima.

b) Anketa o stranim turistima

Ovakva anketa bi trebalo da prati strane turiste, karakteristike njihovog dolaska i boravka u Srbiji (motivi, način, vreme odluke, itd.), troškove koje su imali na putovanju u Srbiji, dužinu boravka kao i posete određenim turističkim atrakcijama u Srbiji. Rezultati istraživanja služe kao pomoć u formulisanju razvoja turizma i istovremeno su element za obračun priliva od turizma. Anketiranje je potrebno sprovesti u turističkim mestima (destinacijama), banjama, planinskim mestima kao i u izabranim hotelima i ostalim smeštajnim objektima. Anketu je moguće

²²⁰ United Nations, UNWTO, Eurostat, OECD (2008), Tourism satellite account recommended methodological network 2008, Luxembourg, str.13-14.

sprovedi metodom ličnog intervjua koji obavlja anketar sa zaposlenim licima u hotelima i ostalim smeštajnim objektima. Takođe i ovde je moguće sprovesti istraživanje na graničnim prelazima i dobiti mnogo reprezentativnije i preciznije podatke ali je takvo istraživanje skuplje.

c) Istraživanja o potrošnji u hotelima

Istraživanja bi trebalo sprovoditi po hotelima u vidu ankete (upitnika). Obuhvataju različite kategorije u okviru hotela: hrana i piće, prodaja, rekreacija, zabava. Veoma su bitni podaci o broju soba, 142 zvezdica, cene, informacije o ukupnoj zauzetosti u hotelima. Takođe važno je razgraničiti da li se radi o poslovnoj ili privatnoj tražnji za hotelima.

d) Istraživanje o prevozu koji se odnosi na turizam

Ovakav vid istraživanja je neophodan za potrebe TSA. U Sloveniji je ovakvo istraživanje obuhvatalo sva prevozna sredstva kao i sve granične prelaze, broj turista koji ulaze u zemlju kao i beleženje onih koji iz nje izlaze. Na ovaj način dobijaju se podaci i informacije o tipu veze, vrsti sredstva za transport koji su korišćeni u svrhu putovanja, dužini boravka turista u toj zemlji, osnovne podatke o posetiocima kao i podatke o tome da li su posetioци u tranzitu ili borave u zemlji u koju dolaze. Takođe, istraživanje treba da obuhvati podatke kako o poslovnim putovanjima tako i o privatnim. Potrebno je razvrstati turističke dolaske kao i potrošnju putnika po vrsti prevoza: drumski, vazdušni, vodeni i železnički saobraćaj. U turističke svrhe potrebni su i podaci o korišćenju pruga i puteva kao i broj pređenih kilometara prevoznih sredstava. Podatke za ova istraživanja moguće je dobiti anketom ali i od preduzeća koje su u direktnoj vezi sa prevozom putnika (avio kompanije, drumski, železnički i vodeni prevoznici).²²¹

e) Istraživanje o posetama turističkim atrakcijama

Istraživanjem je potrebno obuhvatiti beleženje poseta izabranim prirodnim, kulturnim i istorijskim turističkim atrakcijama u Srbiji. Istraživanje ukazuje na broj posetilaca i dinamiku posete. Za individualne turističke atrakcije su dostupni individualni podaci, zbirni podaci se objavljuju za kazina, muzeje, galerije.

²²¹Ministarstvo za gospodarstvo, (2004.)*Satelitski račun za turizam v Sloveniji. Ocena ekonomskega obsega in pomena turizma v Sloveniji po metodologiji satelitskih računov za turizam*. Ljubljana. 66-70.

f) Posećivanje događaja

U Srbiji se organizuju neki od velikih turističkih manifestacija poput Egzita, Guče i drugih događaja u saradnji sa turističkim organizacijama. Ove organizacije beleže broj učesnika, njihovu strukturu (domaći/strani). Takođe i ovde je potrebno beležiti prosečnu dnevnu potrošnju kako domaćih tako i stranih posetilaca.

g) Istraživanja o kulturnim događajima

Imajući u vidu značaj kulture i kulturnih programa veoma su važni turistički izveštaji o kulturi. Kulturni centri se razlikuju po tipu: konferecioni, obrazovni, zabavni. Ovde spada npr. godišnji izveštaj kulturnih institucija: Izveštaj o muzejima i muzejskim kolekcijama, izveštaji o kulturnim manifestacijama, godišnji izveštaj o aktivnostima izložbenih galerija.

h) Usluge kazina

Za potrebe obračuna potrošnje posetilaca (kako dnevnih tako i onih koji noće) potrebno je obuhvatiti i informacije o poseti kazina u Srbiji kao i ukupnu prosečnu potrošnju posetilaca.

i) Kupovine

Posetioci tokom svog putovanja potroše određenu količinu novca za kupovinu u prodavnicama. Merenje takve potrošnje je skoro nemoguće (istraživanja su izuzetno skupa i organizaciono kompleksna). U Sloveniji je ovakvo istraživanje sprovedeno tako što je korišćena procena turističke potrošnje tj. udeo od ukupnog prihoda trgovanja. Udeo koji podrazumeva potrošnju posetilaca, moguće je izračunati tako što je potrebno izdvojiti ona područja koja pripadaju turističkoj zoni od onih koji ne pripadaju. Obzirom na različite prihode između turističkih i neturističkih zona po glavi stanovnika, dolazi se do procene koliko od ukupnih prihoda ovih aktivnosti čine turisti a koliko dnevni posetioci. Ovaj procenat se zatim primenjuje na ukupan prihod aktivnosti u zemlji. Zatim, iznos zavisi od toga da li se odnosi na domaće ili strane posetioce.²²²

²²²Ministarstvo za gospodarstvo. (2004.)*Satelitski račun za turizam v Sloveniji. Ocena ekonomskega obsega in pomena turizma v Sloveniji po metodologiji satelitskih računov za turizam*.Ljubljana.66-70.

j) Duty-free prodavnice

Duty-free prodavnice beleže važan izvor prihoda od turizma. Čak i u ovom segmentu u Srbiji zvanična statistika ne evidentira posetu i potrošnju turista.

k) Hrana i piće (restorani, kafići)

Potrebno je sprovesti istraživanje o potrošnji turista i posetilaca u restoranima i kafićima. Metod je sličan obračunu turističke potrošnje u okviru segmenta kupovine na primeru Slovenije koji je prethodno objašnjen. Na osnovu različitih prihoda restorana po glavi stanovnika između turističkih i neturističkih zona (područja) dolazi se do procena o tome koliko od ukupnog prihoda beleži ova aktivnost posetilaca. Procenat je potom moguće primeniti na prihod od ukupne aktivnosti u zemlji.²²³

l) Skijališta

Potrebno je da zvanična statistika detaljno prati skijališta u Republici Srbiji. Neophodno je proceniti i ovaj segment kao sekundarni izvor podataka. U Sloveniji se sprovodi ovo istraživanje tako što se dobijaju podaci o prosečnoj potrošnji dnevnih posetilaca i turista, potrošnji ostvarenoj od kupovine ski pass-a, troškovima za hranu i piće, kao i drugi troškovi nastali tako što posetilac plaća usluge ski škole, iznajmljivanje i servisiranje skijaške opreme, itd. Potrebno je sprovesti sledeća istraživanja: Mesečni izveštaj o prevozu žičara kao i broj turista na ski liftovima i broj onih koji iznajmljuju ski opremu, kao i svi prateći segmenti potrošnje turista.

m) Banje

U Srbiji postoji oko 40 banja, koje su 100 ponude zdravstvenog turizma sa različitim sadržajima i tretmanima. Pojedine banje postaju pravi moderni spa i wellness centri sa urednim lečilištima i rekreativnim centrima.²²⁴ U prilog tome je i činjenica da je najviše turista posetilo banje nekih 34.7% u ukupnom kako domaćih tako i inostranih turista u 2011. godini u Srbiji. Da bi se sprovelo istraživanje za potrebe TSA razmotrićemo način na koji je to sprovedeno u

²²³ Ministarstvo za gospodarstvo. (2004) *Satelitski račun za turizam v Sloveniji. Ocena ekonomskega obsega in pomena turizma v Sloveniji po metodologiji satelitskih računov za turizam*. Ljubljana: 66-70

²²⁴ Jovanovic V. (2013) *Tematski turizam* Univerzitet Singidunum, Beograd str. 69.

Sloveniji. Upitnici potrebni za istraživanje TSA su poslali u svaki rizort i zajednicu slovenačkih banja da bi se pratila statistika o posećenosti, broju noćenja posetilaca i njihove aktivnosti u banji. Na osnovu obračuna, došlo se do sledećih podataka: strukturi stranih/domaćih gostiju, o posetama individualno ili u aranžmanu agencije, itd. Takođe, dobijene su i detaljnije informacije o broj ulazaka u bazene u banjama, broj dnevnih posetilaca u banjama, strukturi dnevnih turista, i prosečnu dnevnu potrošnju stranih i domaćih turista kao i troškove posetilaca poput, cene karata, izdatke za transport i vanpansionsku potrošnju.

n) Potrošnja putnika u tranzitu

Potrošnja tranzitnih putnika zbog svoje specifičnosti izuzetno je teška za merenje. Obračun potrošnje tranzitnih putnika obuhvata potrošnju goriva i troškove putarine. Ovde je takođe potrebno primeniti podelu na turističku i neturističku zonu u okviru destinacije da bi se mogla izračunati bar približna procena. Na osnovu poređenja ukupnih prihoda po stanovniku u maloprodajama, uključujući i prodaju goriva u turističkim i neturističkim zonama, identifikovana je razlika u prihodima, što se u potpunosti pripisuje turistima i posetiocima. Dakle, one maloprodaje koje pripadaju turističkoj zoni beleže veći prihod. Tako se npr. izračunava potrošnja tranzitnih putnika železnicom iz prometa koji putnici ostvare ovim prevoznim sredstvom.

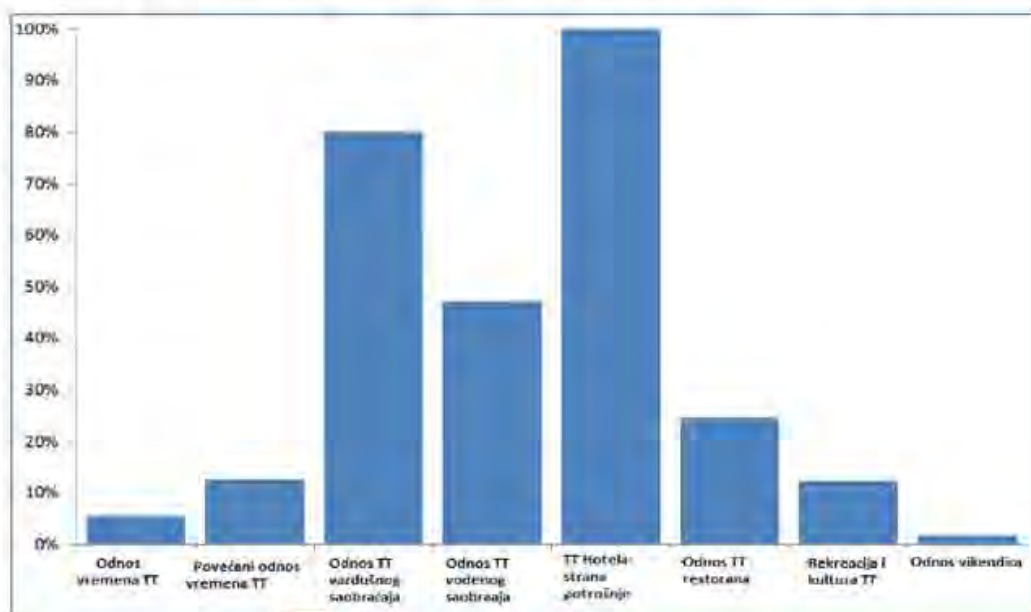
Potrošnja ostvarena od tranzitnih putnika rečnim saobraćajem se procenjuje na osnovu ostvarenog prometa u lukama (ukupan prihod domaćih i stranih posetilaca, broju plovila, broju smeštenih lica u ovim plovilima i broju noćenja turista, što se može dobiti na osnovu istraživanja turizma u zvaničnoj statistici). Procena potrošnje tranzitnih putnika koji putuju avionom se procenjuje kroz ostvarene prihode na aerodromima. Očigledne nedostatke u pojedinim procenama treba očekivati, barem kad su u pitanju procene drumskog saobraćaja (potrošnja turista i posetilaca na putevima) zbog kompleksnosti istraživanja. Potrošnja posetilaca se može evidentirati ukoliko statistički zavod obezbedi podatke u saradnji sa preduzećem koje vodi evidenciju za sopstvene potrebe po pitanju prodaje benzina na benzinskim stanicama. Ovo će obezbediti realan uvid u stvarnu prodaju goriva namenjenog za tranzit. Kroz statistiku prodaje benzina u budućnosti će biti obezbeđene realne procene dodatne potrošnje putnika u tranzitu što predstavlja veoma važan podatak za TSA. Na osnovu podataka koje treba da prikupi republički zavod za statistiku u saradnji sa institucijama (preduzećima) koje mogu doći do ovakvih podataka, potrebno je sprovesti istraživanja koja će obezbediti podatke o broju tranzitnih putnika i njihovoj potrošnji.²²⁵

²²⁵ Ministarstvo za gospodarstvo. (2004.). *Satelitski račun za turizam u Sloveniji. Ocena ekonomskega obsega in pomena turizma v Sloveniji po metodologiji satelitskih računov za turizam*. Ljubljana: 66-70.

3.3.1. Prilagodavanje postojećih izvora podataka za izradu simuliranog TSA za Srbiju (WTTC pristup)

U svojoj analizi simuliranog satelitskog računa turizma, WTTC napominje da nije uvek moguće dobiti precizne podatke potrebne za procenu obima industrije turizma iz postojećih izvora. Ukoliko podaci nisu dostupni, WTTC koristi u svojoj analizi izvedena racija putovanja i turizma iz drugih izvora koji su primenjeni na kompletne ekonomske podatke koji pomažu u izračunavanju turizma. Ovo omogućava efikasnu alokaciju kategorija potrošnje na sektor putovanja i turizma. U Republičkom zavodu za statistiku (RZS) za potrebe izrade simuliranog satelitskog računa turizma za 2013. godinu nisu sprovedena dodatna statistička istraživanja već su se koristili postojeći podaci. Grafik br.3-4.prikazuje rezime odnosa putovanja i turizma koji je korišćen u izračunavanju simuliranog TSA za Srbiju za 2013. godinu koju je sproveo Svetski savet za putovanja i turizam (WTTC) i Oxford Economics.²²⁶

Grafik br.3-4. : Racio putovanja i turizma (TT - Travel and Tourism ratio)



Izvor: Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia.*

²²⁶ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia* str.12.

U izradi simuliranih satelitskih računa za Srbiju za 2013. godine koju je sproveo WTTC i Oxford Economics su korišćeni odgovarajući odnosi (racija) koji su množeni određenim podacima iz različitih izvora tamo gde specifični podaci nisu dostupni ili nisu potpuni. Na taj način se došlo do izvedenih podataka za potrebe WTTC pristupa u izradi simuliranih TSA. Izvedeni su sledeći odnosi (racio) putovanja i turizma:

a) Racio putovanja i turizma (TTR)

Ovaj racio se primenjuje na opšte stavke rashoda u finalnoj potrošnji domaćinstava i u istraživanjima budžeta domaćinstava, objavljenim od Republičkog zavoda za statistiku Srbije (RZS), kao što je npr. kupovina odeće. On se koristi kao zamena za detaljnije informacije o troškovima kupovine odeće, posebno identifikujući samo odeću kupljenu u svrhu putovanja i turizma, potrošnju na odeću (i upotrebu) za svrhe putovanja i turizma pretpostavljajući proporcionalni deo vremena provedenog u svrhu putovanja i turizma u odnosu na ukupno vreme na raspolaganju u toku godine. Na pojednostavljenoj osnovi, ovaj TT odnos vremena (TTR) može se izračunati uzimajući broj dana godišnjeg odmora u toku jedne godine istavljanjem u odnos sa ukupnim brojem dana u godini. Zvanični broj dana odmora godišnje u Srbiji je ukupno 20. Dakle, obračun TTR je:

$$TTR = 20 / 365 = 5.5 \%$$

Ovakva pretpostavka bazira se na tome da su svi dani odmora provedeni van mesta stalnog boravka.

b) Proširen racio putovanja i turizma (TTAR)

U nekim slučajevima, primena racija putovanja i turizma nije uvek relevantna, jer su neke stavke rashoda posebno izražene, kao što su troškovi zabave i transporta. To znači da se očekuje da posete restoranima ili sportskim objektima (kao što su marine, drugi sportski centri na vodi) budu češće u slobodno vreme i tokom odmora, nego u toku prosečne radne nedelje. Ovaj pokazatelj se izračunavana osnovu proširenog odnosa vremena putovanja i turizma za koje je prethodno procenjeno ukupno „slobodno“ vreme koje provede osoba godišnje i upoređeno sa procenom ukupnog vremena potrošenog na putovanja i turizam. WTTC i Oxford Economics su procenili da TTAR za Srbiju iznosi 12.6%.²²⁷

²²⁷ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia.str.12-13.

c) Racio sektora prevoza (TTAIR, TTWATER)

Troškovi povezani sa putovanjima i turizmom razvrstani su na železnički, drumski, vazdušni i vodeni saobraćaj. Za drumski i železnički, podaci su preuzeti direktno iz statistike koju objavljuje RZS u biltenu za saobraćaj i komunikacije Republike Srbije.²²⁸ Podaci su takođe dostupni za vazdušni i vodeni saobraćaj iz tih izveštaja. Kao takvi, podaci iz izveštaja za transport i komunikacije se koriste za racio putovanja i turizma za vazdušni i vodeni saobraćaj koji se direktno koriste u analizi simuliranih TSA. Koeficijent putovanja i turizma vazdušnog saobraćaja (TTAIR) procenjen je na 80.1%, ne računajući prihode koje proističu iz kargo/teretnog saobraćaja i druge prihode u vazdušnom saobraćaju. To znači da se 80.1% ukupnih prihoda avio kompanije odnosi na prihode od turizma. Koeficijent putovanja i turizma za vodeni saobraćaj (TTWATER) procenjen je na 47.2 %, ne računajući druge vrste prihoda, kao što su prihodi od kargo/teretnog saobraćaja.

d) Sektor hotela i restorana (TTHOT, TTREST)

Za aktivnosti hotelskog sektora, pretpostavlja se da se sva potrošnja stranih i domaćih posetilaca u Srbiji u hotelima može pripisati industriji turizma i putovanja, pa je u tom smislu koeficijent putovanja i turizma za hotele (TTHOT) jednak 100%.

Međutim, nisu sve aktivnosti sektora restorana takve da se mogu pripisati sektoru turizma, jer je značajan deo aktivnosti u ovom sektoru vezan za stanovnike koji žive u svom uobičajenom okruženju. To bi moglo uključiti rezidente koji se hrane u restoranima jednom nedeljno. Racio putovanja i turizma za restorane (TTREST) u Srbiji je procenjen na 24.6%. Podatak je dobijen iz broja noćenja stranih posetilaca u Srbiji i noćenja rezidenata u vreme praznika kao procenat ukupnih noćenja, što omogućava da se izračunaju različiti iznosi za svaku grupu koji su verovatno potrošeni na obroke.

e) Rekreacija i kultura (TTREC)

U nedostatku detaljnijih informacije o posetama muzejskim i sportskim objektima, ovaj racio je procenjen na 12.3%, što je polovina racija koji se odnosi na restorane.

f) Koeficijent vikendica (SHR)

Vikendice su veoma važan deo ekonomije putovanja i turizma, ali jednako teško je proceniti ovaj koeficijent obzirom na nedostatak relevantnih podataka. Za ovu svrhu korišćeni su detaljni podaci o stanovima u Srbiji koji je objavljen u popisu iz 2011. godine. U popisu postoje podaci koji objašnjavaju koliko stanova ima u Srbiji i koji procenat stanova je onih koji se „privremeno koriste“ sa detaljnim geografskim opisom. Koristeći ove informacije, zajedno sa nekim sezonskim prilagođavanjem uzimajući u obzir turističke sezone i broj noćenja domaćeg stanovništva tokom putovanja u Srbiji, određen je ratio vikendica (SHR) koji iznosi 1.7 %.

Kada su dobijena sva racija za putovanja i turizam oni se množe sa podacima koji su često zbirni (ukupni) primenjeni na kompletne ekonomske podatke i tako se dobijaju podaci koji se odnose samo na delatnost turizma. Na primer, ukupna potrošnja domaćinstva u Srbiji u 2011. godini, je procenjena na 2348 milijardi dinara, prema nacionalnim računima finalne potrošnje domaćinstva, uključujući potrošnju koja nije vezana za turizam. Uzimajući samo kategorije koje su relevantne za TSA analizu i primenom TT racija za svaku od kategoriju, procenjeno je da ukupna potrošnja u turizmu iznosi 145.9 milijardi dinara u 2011. godini. Ovo uključuje troškove stanovnika na domaćim turističkim putovanjima, potrošnju za potrebe izlaznog putovanja i potrošnju tokom izlaznih putovanja. Na ovaj način su primenjeni koeficijenti za svaku od kategorija u TSA tabelama.²²⁹ Kada se dobiju svi željeni podaci pristupa se izradi TSA tj. popunjavaju se prve četiri tabele koje se odnose na potrošnju, što će biti detaljno objašnjeno u nastavku.

²²⁹ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia.str.12

3.4. Simulirani TSA za Srbiju i obračun agregata

Simulirani račun turizma za Srbiju predstavio je Svetski savez za putovanja i turizam u saradnji sa Oxford Economics-om 2013. godine, a podaci se odnose na 2011.godinu. Zbog nedostatka istraživanja i pouzdanih statističkih podataka u Srbiji WTTC koristi procene većine podataka. Upravo zato se i ovakav TSA naziva simuliranim. WTTC je u svojim istraživanjima predstavio svih deset tabela satelitskog računa TSA RMF za Srbiju.²³⁰

U Srbiji ukupan doprinos putovanja i turizma BDP-u beleži rast iz godine u godinu (grafik br.3-5). Na levom delu grafika se vidi i efekat direktnih, indirektnih i indukovanih uticaja putovanja i turizma BDP-u Srbije. Desni deo grafika prikazuje ukupni direktni, indirektni i indukovani (izazvani) uticaj putovanja i turizma na zaposlenost. Direktno zaposlenih u 2014. godini u turizmu je bilo 35.000, indirektno zaposlenih 37.000, a ukupan broj zaposlenih 87.000.

Grafik br.3-5. Ukupni doprinos putovanja i turizma BDP-u Srbije u 2014.godini



Izvor: WTTC.(2015.)Travel & Tourism. Economic impact 2015 Serbia.str.1.

²³⁰ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council (2013) Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia.str.12.

3.4.1. Ekonomski pokazatelji doprinosa putovanja i turizma na privredu Srbije

Satelitski račun turizma je veoma važan jer sadrži ekonomske pokazatelje doprinosa putovanja i turizma na privredu Srbije. Izdvojimo sledeće:

- a) Direktni i ukupni doprinos putovanja i turizma na BDP²³¹ - Direktni doprinos je iznosio u 2014. godini 78.5 milijardu dinara (2.1% ukupnog BDP-a) a predviđa se da će porasti za 1.1% u toku 2015. godine i rasti za 5.2% na godišnjem nivou u periodu od 2015-2025 na 131.2 milijarde dinara u toku 2025. godine (2.5% od ukupnog BDP-a). Ukupni doprinos putovanja i turizma BDP-u u 2014. godini je iznosio 231.7 milijardi dinara (6.1% BDP-a), a predviđa se da će porasti za 1.1% u 2015. godini i da će rasti za 4.8% na godišnjem nivou do 2025. godine i dostići 373.8 milijardi evra (7.2% od BDP-a). Ukupni doprinos obuhvata direktni, indirektni i indukovani (izvedeni) doprinos.
- b) Direktni i ukupni doprinos putovanja i turizma na zaposlenost – Direktno zaposlenih u 2014. godini u delatnosti turizma je bilo 35.000 (tj. 2.6% od ukupnog broja zaposlenih). Očekuje se da će broj zaposlenih porasti za 1.0% u 2015. godini, i zatim rasti prosečno godišnje 1.7% do 2025. godine i dostići 42.000 zaposlenih što čini 3.2% ukupnog broja zaposlenih. U 2014. godini ukupni doprinos turizma na zaposlenost uključujući i ona radna mesta koja indirektno utiču na turizam iznosio je 6.4% ukupne zaposlenosti (87.500 radnih mesta). Očekuje se da će broj radnih mesta da se poveća za 0.7% u 2015. godini na 88.000 radnih mesta, odnosno 1.3% godišnje, tj. 100.000 radnih mesta do 2025. godine, odnosno 7.5% ukupnog broja zaposlenih.
- c) Potrošnja inostranih turista u zemlji - generiše 117.4 milijarde dinara u 2014 godini. Prognozira se da će ovaj iznos da se poveća za 2.1% u toku 2015. godine i da raste prosečno 5.7% godišnje do 2025. godine tj. 208.1 milijarde dinara.
- d) Investicije u turizmu - u 2014. godini su iznosile 28.0 milijardi dinara ili 4.4% od ukupnih investicija. U 2015. se prognozira da će iznositi 2.9%, i prosečno se očekuje rast od 2.6% u narednih deset godina, tj. 37.1 milijardi dinara do 2025. godine (4.2% ukupnih privrednih investicija).²³¹

²³¹ WTTC (2015) *Travel & Tourism, Economic Impact 2015 Serbia*, str. 1.

3.4.2. Tabele simuliranog satelitskog računa turizma za Srbiju

Već smo napomenuli da se satelitski račun turizma sastoji iz 10 tabela koje su usklađene sa međunarodnim standardima i metodologijom TSA:RMF 2008 a to su:²³²

1. Turistička potrošnja ostvarena od inostranih posetilaca, (*Inbound tourism consumption*)
2. Turistička potrošnja domaćeg stanovništva u zemlji (*Domestic tourism consumption*)
3. Turistička potrošnja domaćih putnika u inostranstvu (*Outbound tourism consumption*)
4. Turistička potrošnja od inostranih i domaćih posetilaca u Srbiji (*Internal tourism consumption*) **12**
5. Proizvodni računi turističkih i drugih delatnosti (*Production accounts of tourism industries and other industries*) **12**
6. Proizvodnja i potrošnja za Srbiju (*Domestic supply and internal tourism consumption*)
7. Zaposlenost u turizmu (*Employment in the tourism industries*)
8. Bruto investicije u turizam (*Tourism gross fixed capital formation of tourism industries*) **4**
9. Kolektivna potrošnja turizma (*Tourism collective consumption*)
10. Nemoneterni pokazatelji (*Non-monetary indicators*)²³³

U Srbiji je formirana radna grupa koja pomagala prilikom prikupljanja, dostavljanja i tumačenja podataka u svrhu izrade simuliranog TSA za Srbiju 2013. godine. Ovu grupu su činili stručnjaci iz ključnih preduzeća za njegovu izradu.

Kao što smo i ranije napomenuto prve četiri tabele se odnose na potrošnju (domaćih i stranih) turista kako u zemlji tako i u inostranstvu dok se peta tabela odnosi na proizvodnju. U šestoj tabeli se uparuju proizvodnja i potrošnja i ona je najvažnija tabela za izradu TSA. Sedma tabela se odnosi na zaposlenost u turističkoj delatnosti u Srbiji. U osmoj tabeli su predstavljene bruto investicije u turizam u Srbiji, deveta tabela predstavlja kolektivnu potrošnju turizma u Srbiji i deseta tabela predstavlja ne monetarne pokazatelje turizma u Srbiji.²³⁴

U nastavku će biti prikazano i objašnjeno svih deset tabela simuliranog TSA za Srbiju. U daljem tekstu će se koristiti skraćenice za svih deset tabela (TSA Tabela1, TSA Tabela2, TSA Tabela3, itd). Budući da Srbija nema razvijene satelitske račune turizma u nastavku korišćeni su

²³² RMF 2008 Recommended methodological framework - Preporučena metodologija koja se koristi pri implementaciji TS. **117** <http://undats.un.org/unsd/tradeserv/tourism/manual.htm>

²³³ United Nations, UNWTO, Eurostat, OECD. (2008). Tourism Satellite Account Recommended methodological framework 2008. Luxembourg 2008.

²³⁴ WTTC (2013). Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023, str 43-45

podaci u svih deset tabela Svetskog saveta za putovanja turizam iz publikacije „*Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia 2013*“ da bi se objasnio obračun doprinosa turizma u ukupnoj privredi.

3.4.2.1. TSA Tabela 1: Turistička potrošnja ostvarena od inostranih posetilaca, po proizvodima u Srbiji za 2011. godinu (*Inbound tourism consumption*)

Podaci o ulaznom (*Inbound tourism*) i izlaznom turizmu (*Outbound tourism*) tj. turističkoj potrošnji inostranih posetilaca i domaćih putnika u inostranstvu su dobijeni tako što je korišćena ukupna turistička potrošnja kao i potrošnja putničkog saobraćaja koja je preuzeta iz platnog bilansa (PB) Narodne banke Srbije.²³⁵ Podatke o individualnoj potrošnji vlade za istraživanja WTTC-a obezbedilo je Ministarstvo ekonomije i Ministarstvo finansija Vlade republike Srbije. Za preostale detalje o potrošnji stranih i domaćih posetilaca, WTTC i Oxford Economics koriste procenjene koeficijente putovanja i turizma (udeo turizma) po svakoj od delatnosti.

Za prve tri tabele TSA (TSA tabela 1, TSA Tabela 2, TSA Tabela 3) koje predstavljaju turističku potrošnju inostranih posetilaca u Srbiji, domaćeg stanovništva u zemlji (*Domestic tourism consumption*) i domaćih putnika u inostranstvu (*Outbound tourism consumption*), WTTC je procenio troškove putovanja i turizma u okviru velikog broja kategorija prema preporučenoj međunarodnoj metodologiji za izradu satelitskog računa turizma (TSA: RMF 2008).²³⁶

Prva tabela TSA predstavlja potrošnju inostranih posetilaca u Srbiji u 2011. godini, bilo da su doputovali u svoje slobodno vreme ili u poslovne svrhe. Predstavljena je u tabeli br.3-11. i sastoji se od proizvoda koji se nalaze na levoj strani, i ukupne potrošnje inostranih posetilaca na desnoj strani tabele.

²³⁵ www.nbs.rs

²³⁶ Oxford Economics and WTTC.(2013.) *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*, 2013.14-15.

Ovi proizvodi pokrivaju sledeće usluge:²³⁷

- Usluge smeštaja za posetioce (uključujući hotele i drugi smeštaj)
- Vikendice
- Usluge serviranja hrane i pića
- Usluge prevoza putnika železnicom
- Usluge prevoza putnika drumskim saobraćajem
- Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem
- Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem
- Usluge iznajmljivanja prevoznih sredstava
- Turističke agencije i druge rezervacione usluge
- Usluge iz oblasti kulture
- Usluge iz oblasti sporta i rekreacije
- Turistička roba karakteristična za državu
- Turističke usluge karakteristične za državu
- Ostali potrošni proizvodi

Svaka od prvih šest tabela TSA sastoji se od prethodno pomenutih proizvoda. Svaka TSA tabela treba da razlikuje i kategorije posetilaca: dnevne posetioce i one koji noće. Treba naglasiti da u TSA tabelama za Srbiju nigde nije iskazano odvojeno potrošnja dnevnih posetilaca i onih koji noće. U Srbiji se ne vodi evidencija o dnevnim posetiocima pa zato ova kategorija u simuliranom satelitskom računu za Srbiju nije ni prikazana ni u jednoj od deset tabela.

Ukupna potrošnja inostranih turista u Srbiji procenjena je na 81.4 milijarde dinara u 2011.godini i prikazano je u tabeli br.3-11. Ova procena je dobijena na osnovu podataka iz bilansa plaćanja Narodne banke Srbije.²³⁸

²³⁷ Oxford Economics and WTTC.(2013.) *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*.2013.14-15.

²³⁸ WTTC.(2013.)*Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023*.

Tabela br.3-11. TSA Tabela1. Potrošnja stranih turista, po proizvodima u Srbiji za 2011 godinu, (u milijardama dinara)

PROIZVODI	Ukupni troškovi ulaznog turizma (u milijardama dinara)
A. potrošnja proizvoda	81.4
A.1 Karakteristični proizvodi za turizam	67.47
1. Usluge smeštaja za posetioce	10.28
1.a - Usluge smeštaja za posetioce osim 1.b.	8.82
1.b Usluge smeštaja povezane sa svim tipovima vlasništva kuća za odmor	1.46
2. Usluge serviranja hrane i pića	9.01
3. Usluge prevoza putnika železnicom	0.13
4. Usluge prevoza putnika drumskim saobraćajem	1.90
5. Uslug prevoza putnika vodenim saobraćajem	1.02
6. Usluge prevoza putnika vazдушnim saobraćajem	10.3
7. Usluge rentiranja opreme za prevoz	
8. Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja	5.23
9. Usluge iz oblasti kulture	2.70
10. Usluge sporta i rekreacije	15.74
11. Karakteristična turistička roba za specifičnu zemlju	
12. Karakteristične turističke usluge za specifičnu zemlju	11.16
A.2 Drugi proizvodi	13.92
UKUPNO	81.4
Broj putovanja	765.000
Broj noćenja	1.889.000

Izvor: WTTC, Oxford Economics, (2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023* str. 94

U tabeli br.3-11. prvoj tabeli TSA, se vidi da je najveća potrošnja stranih posetilaca u 2011. godini u Srbiji vezana za oblast sporta i rekreacije 15,74 milijardi dinara. Srbija je generisala 10,3 milijarde od usluga smeštaja a od usluga serviranja hrane i pića 9 milijardi dinara. Takođe se može konstatovati da se strani turisti najčešće odlučuju za avio prevoz što predstavlja potrošnju od 10,3 milijardi dinara, to je desetostruko više od onih koji se odlučuju za drumski i rečni prevoz. Najmanje je onih koji u Srbiju dolaze železnicom, a potrošnja iznosi svega 130 miliona dinara.²³⁹

²³⁹ WTTC, Oxford Economics, (2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023* str. 94

Na grafiku br.3-6, je prikazana serija podataka koja se odnosi na međunarodne dolaske i potrošnju stranih posetilaca od 2005. godine do 2015. godine kao i prognoze za 2025. godinu. U Srbiji postoji tendencija blagog rasta međunarodnih turističkih dolazaka kao i potrošnje stranih posetilaca iz godine u godinu.

U toku 2014. godine, Srbija je generisala 117.4 milijardi dinara od inostranih turista. U svojim istraživanjima WTTC procenjuje da će se u 2015. godini taj broj povećati za 2.1% što znači da će zemlja da privuče 1.020.000 stranih turista.

Do 2025 godine, WTTC prognozira u svojim istraživanjima da će broj međunarodnih dolazaka da dostigne 1.535.000 i da će se ostvariti potrošnja od 208.1 milijardi dinara, što je prosečno uvećanje od 5.7% na godišnjem nivou.²⁴⁰ Na desnom delu grafika br.3-6. se vidi potrošnja stranih posetilaca u ukupnom ostvarenom izvozu zemlje. U 2014. godini u Srbiji je potrošnja stranih posetilaca iznosila oko 6,5% ukupnog izvoza. Najveća potrošnja stranih posetilaca je ostvarena 2007. godine koja je ujedno i jedna od najboljih godina međunarodnog turizma. U 2008. godini na grafiku se vidi pad potrošnje stranih turista u ukupnoj potrošnji što je rezultat globalne ekonomske krize koja se odrazila i na Srbiju. U 2009. godini održana je Univerzijada što je rezultiralo da Srbija opet beleži blagi rast potrošnje inostranih posetilaca.

Grafik br.3-6. Potrošnja stranih posetilaca i međunarodni turistički dolasci



Izvor: WTTC.(2015).*Travel& Tourism: Economic impact 2015 Serbia*.str.4-5.

²⁴⁰WTTC (2015).*Travel& Tourism: Economic impact 2015 Serbia*.str.4-5.

**3.4.2.2 TSATabela 2. Potrošnja domaćeg stanovništva u turizmu u Srbiji za 2011.godinu
(Domestic tourism consumption)**

Potrošnja ostvarena u putovanjima domaćeg stanovništva u turizmu predstavlja svu potrošnju domaćih rezidenata u toku putovanja unutar Srbije, kao i potrošnju rezidenata za potrebe izlaznog putovanja, tj. potrošnju ostvarenu u Srbiji pre putovanja (npr. kupovina odeće koja će se nositi na odmoru van Srbije a kupljena je pre putovanja).²⁴¹

Tabela br.3-12.TSA Tabela 2. Potrošnja na turističkim putovanjima domaćeg stanovništva u Srbiji 2011.godine (u milijardama dinara)

PROIZVODI	Domaći turistički izdaci rezidenata koji putuju unutar zemlje	Domaći turistički izdaci rezidenata koji putuju van zemlje	Ukupni domaći turistički izdaci
A. POTROŠNJA PROIZVODA	50.58	5.75	56.33
A.1 Karakteristični proizvodi za turizam	46.94	5.75	52.69
1. Usluge smeštaja za posetioce	10.53		10.53
1.a - Usluge smeštaja za posetioce osim 1.b	6.32		6.32
1.b Usluge smeštaja povezane sa svim tipovima vlasništva kuća za odmor	4.21		4.21
2. Usluge serviranja hrane i pića	6.46		6.46
3. Usluge prevoza putnika železnicom	1.17	0.16	1.33
4. Usluge prevoza putnika drumskim saobraćajem	20.38	0.12	20.50
5. Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem	0.14		0.14
6. Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem		2.24	2.24
7. Usluge rentiranja opreme za prevoz			
8. Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja	0.51	3.23	3.74
9. Kulturne usluge	0.71		0.71
10. Usluge sporta i rekreacije	4.12		4.12
11. Karakteristična turistička roba za specifičnu zemlju			
12. Karakteristične turističke usluge za specifičnu zemlju	2.92		2.92
A.2 Drugi proizvodi	3.64		3.64
UKUPNO	50.58	5.75	56.33

Izvor: WTTC.,Oxford Economics.,(2013.).Serbia Travel&Tourism Development Potential 2011–2023. str.95.

²⁴¹ WTTC.,Oxford Economics.,(2013.).Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023. str.95.

U Tabeli br.3-12. prikazana je druga tabela satelitskog računa turizma TSA tabela 2. potrošnja na turističkim putovanjima domaćeg stanovništva. Potrošnja ostvarena u okviru putovanja domaćeg stanovništva u turizmu iznosi 56.33 milijardi dinara u 2011. godini

Najveća potrošnja domaćeg stanovništva odnosi se na usluge prevoza putnika drumskim saobraćajem i iznosi 20,38 milijardi dinara u 2011. godini, i predstavlja 41.1% ukupne potrošnje domaćeg stanovništva na turističkim putovanjima u zemlji. Potrošnja domaćeg stanovništva na usluge smeštaja u 2011. godini iznosi 10.5 milijardi dinara i iznosi 18,8% ukupne turističke potrošnje domaćeg stanovništva u Srbiji. Potrošnja rezidenata za potrebe izlaznog putovanja, tj. potrošnju ostvarenu u Srbiji pre putovanja, u 2011. godini iznosi 5,75 milijardi dinara i predstavlja 10.2% ukupne potrošnje domaćeg stanovništva na putovanja i turizam. Najveća potrošnja odnosi se na usluge turističkih agencija 3,23 milijarde dinara u 2011. godini i usluge avio prevoza 2,24 milijarde dinara.

3.4.2.3. TSA Tabela 3. Potrošnja domaćih putnika u inostranstvu prema proizvodima u 2011. godini (*Outbound tourism consumption*)

U Tabeli br.3-13. prikazana je treća tabela satelitskog računa turizma TSA Tabela 3. Ova tabela obuhvata potrošnju koju su ostvarili rezidenti (stanovnici) tokom izlaznih putovanja. Ukupna potrošnja putnika u inostranstvo iznosi je 89.5 milijardi dinara u 2011 godini.²⁴²

U Tabeli br.3-13. se vidi da domaće stanovništvo prilikom putovanja u inostranstvo najviše troši na usluge turističkih agencija i drugih rezervacionih aktivnosti i iznosi 30,08 milijardi dinara što predstavlja 33,7% u ukupnoj potrošnji domaćeg stanovništva na putovanja u inostranstvo. Zatim za usluge smeštaja 24,67 milijardi dinara (27,7%), usluge serviranja hrane i pića (restorani, kafići, itd.) 11.43 milijarde dinara (12,8%). Kada se analiziraju sredstva za prevoz putnika domaće stanovništvo najviše koristi usluge avio prevoza.

U 2011. godini potrošnja putnika na avio saobraćaj iznosi 10.88 milijardi dinara što predstavlja 12,2% od ukupne potrošnje domaćeg stanovništva na putovanja u inostranstvo. Iste godine, potrošnja u drumskom saobraćaju iznosi 540 miliona što predstavlja 0,5% ukupne potrošnje domaćeg stanovništva na putovanja u inostranstvu a usluge prevoza putnika železnicom iznose 110 miliona što predstavlja 0,1% u ukupnoj potrošnji domaćeg stanovništva u

²⁴² WTTC, Oxford Economics, (2013.). *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023* str. 95.

inostranstvu. Interesantno je da potrošnja na usluge sporta i rekreacije iznosi 4,27 milijarde dinara i predstavlja 4,8% ukupne potrošnje domaćeg stanovništva u inostranstvu.²⁴³

Tabela br.3-13. TSA Tabela 3. Potrošnja domaćih putnika u inostranstvu prema proizvodima u 2011.godini (u milijardama dinara)²⁴⁴

PROIZVODI	Troškovi izlaznog turizma od strane svih posetilaca
A. POTROŠNJA PROIZVODA	89.51
A.1 Karakteristični proizvodi za turizam	85.74
1. Usluge smeštaja za posetioce	24.67
1.a - Usluge smeštaja za posetioce osim 1.b.	14.81
1.b Usluge smeštaja povezane sa svim tipovima vlasništva kuća za odmor	9.86
2. Usluge serviranja hrane i pića	11.43
3. Usluge prevoza putnika železnicom	0.11
4. Usluge prevoza putnika drumskim saobraćajem	0.54
5. Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem	0.01
6. Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem	10.88
7. Usluge rentiranja opreme za prevoz	
8. Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja	30.08
9. Usluge iz oblasti kulture	0.73
10. Usluge sporta i rekreacije	4.27
11. Karakteristična turistička roba za specifičnu zemlju	
12. Karakteristične turističke usluge za specifičnu zemlju	3.02
A.2 Druga roba široke potrošnje	3.77
UKUPNO	89.51

Izvor: WTTC (2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023* str 95

²⁴³ WTTC, Oxford Economics, (2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023* str 95

²⁴⁴ Oxford Economics and WTTC. (2013.) *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*. 12-15

3.4.2.4. TSA Tabela 4. Ukupna turistička potrošnja od inostranih i domaćih posetilaca u 2011. godini u Srbiji (*Internal tourism consumption*)

Unutrašnja turistička potrošnja (tj. potrošnja od inostranih i domaćih posetilaca u Srbiji) je najveća komponenta u okviru turističke delatnosti u Srbiji, procenjena je na 139 milijardi dinara u 2011. godini. Ukupna turistička potrošnja inostranih i domaćih posetilaca u Srbiji je četvrta tabela satelitskog računa turizma i predstavljena je u tabeli br.3-14. Ona se sastoji od zbira:²⁴⁵

1. *Prve TSA tabele*, koja predstavlja potrošnju ostvarenu od inostranih posetilaca, po proizvodima u Srbiji za 2011. godinu (81.4 milijarde dinara),
2. *Druge TSA tabele*, koja predstavlja potrošnju domaćeg stanovništva u turizmu u Srbiji za 2011. godinu (56.3 milijardi dinara) i **13**
3. *Individualne potrošnje vlade*- formalno nazvana *netržišne usluge* (individualne), ova kategorija uključuje potrošnju (transfere ili subvencije) vladinih agencija za pružanje usluga posetiocima u okviru putovanja i turizma kao što su kulturne (npr. umetnički muzeji), rekreativne (npr. nacionalni parkovi) ili formalnosti oko ulaska u zemlju (npr. imigracione vlasti/carina), itd.²⁴⁶

U tabeli br.3-14, kada se saberu prva TSA tabela i druga TSA tabela sa individualnom potrošnjom vlade dobija se potrošnja unutar referentne zemlje, dok treća TSA tabela koja predstavlja potrošnju domaćih putnika u inostranstvo nije obuhvaćena **140** četvrtoj TSA tabeli. Iz tabele br.3-14. se vidi da je najveća turistička potrošnja u Srbiji **kako od stranih tako i od domaćih turista** ostvarena u oblasti drumskog saobraćaja 22,4 milijarde dinara što predstavlja 16,1% od ukupne interne potrošnje ostvarene u Srbiji u 2011. godini. Zatim, sledi potrošnja usluga smeštaja za posetioce 20,81 milijardi dinara i predstavlja 15,0% od ukupne turističke potrošnje u okviru Srbije. Veoma je interesantno da su usluge sporta i rekreacije na trećem **139** po turističkoj potrošnji i iznose 19.86 milijardi dinara ili 14,3% u ukupnoj potrošnji **kako domaćih tako i stranih turista u okviru Srbije u 2011. godini.**

Najmanja turistička potrošnja **kako stranih tako i domaćih posetilaca u Srbiji** je ostvarena u okviru pojedinih kategorija prevoza putnika i to: usluge prevoza putnika rečnim saobraćajem samo 1,16 milijarda dinara (0,8%) i usluge prevoza železničkim saobraćajem 1,46 milijardi dinara (1,1%) od ukupne turističke potrošnje ostvarene u Srbiji u 2011. godini.²⁴⁷

²⁴⁵ WTTC, Oxford Economics, (2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023*, str.96.

²⁴⁶ WTTC (2005) *Ekonomsko istraživanje putovanja i turizma za Crnu Goru* str. 7

²⁴⁷ Oxford Economics and WTTC, (2013.) *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*, 14-15

Tabela br.3-14. TSA Tabela 4. Ukupna turistička potrošnja od inostranih i domaćih posetilaca, po proizvodima, u Srbiji, 2011. godine (u dinarima)

PROIZVODI	Troškovi ulaznog turizma			Druge komponente	Unutrašnji turizam
	Ulazni turizam	Domaći turizam	Unutrašnji turizam		
A. POTROŠNJA PROIZVODA	81.39	56.33	137.72		137.72
A.1 Karakteristični proizvodi za turizam	67.47	52.69	120.16		120.16
1 Usluge smeštaja za posetioce	10.28	10.53	20.81		20.81
1.a - Usluge smeštaja za posetioce osim 1.b	8.82	6.32	15.14		15.14
1.b Usluge smeštaja povezane sa svim tipovima vlasništva kuća za odmor	1.46	4.21	5.67		5.67
2 Usluge serviranja hrane i pića	9.01	6.46	15.47		15.47
3 Usluge prevoza putnika železnicom	0.13	1.33	1.46		1.46
4 Usluge prevoza putnika drumskim saobraćajem	1.90	20.50	22.40		22.40
5 Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem	1.02	0.14	1.16		1.16
6 Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem	10.30	2.24	12.54		12.54
7 Usluge rentiranja opreme za prevoz					0.00
8 Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja	5.23	3.74	8.97		8.97
9 Usluge iz oblasti kulture	2.70	0.71	3.41		3.41
10 Usluge sporta i rekreacije	15.74	4.12	19.86		19.86
11 Karakteristična turistička roba za specifičnu zemlju					
12 Karakteristične turističke usluge za specifičnu zemlju	11.16	2.92	14.08		14.08
A.2 Drugi proizvodi	13.92	3.64	17.56		17.56
Društveni transfer turizma u prirodi				1.23	1.23
UKUPNO	81.39	56.33	137.72	1.23	138.95

Izvor: WTTC, (2013) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023* str. 95.

3.4.2.5. TSA Tab 3 5. Proizvodni računi turističkih i drugih delatnosti za Srbiju u 2011. godini (*Production accounts of tourism industries and other industries*)

Turistički proizvodi (roba i usluge) su oni proizvodi koji su povezani sa turizmom i kojekupuju posetioči i oni koji nisu posetioči u svrhu finalne potrošnje ili koje koriste druge industrije kao međufazne proizvode.

Kada sektor kupuje neophodne inpute drugih sektora, da bi proizvodio sopstvene proizvode, proizvodi su nazvani međufazni proizvodi i ovaj vid transakcije je nazvan međusektorska transakcija. U strukturi raspodeljenih vrednosti treba jasno razlikovati dve kategorije, vrednosti namenjene proizvodnoj potrošnji i finalnoj potrošnji (tražnji).²⁴⁸

Na primer, turista posećuje neku od prekomorskih destinacija i odseda u određeni hotel. Njemu je potreban smeštaj u kojem će odsesti u toku boravka. Taj proizvod pripada hotelskoj industriji. Turista troši turistički proizvod (usluge smeštaja), koji je proizveden od strane hotelskog industrijskog sektora. Posetilac je ovde koristio na primer „nezaboravni ogromni krevet kao i najmoderniju opremu u sobi uključujući 42"LCD televizor i ultra brzi bežični internet, koji su zajedno njemu pružili nezaboravni boravak“. Takođe sektor hotela proizvodi još jedan proizvod, a to je usluga serviranja hrane i pića. U zavisnosti od lokacije hotela, poslovanje hotelskog restorana kao proizvoda može da bude od suštinske važnosti. Na primer, u Japanu je uobičajeno da više od polovine prihoda u hotelu bude od restorana u njegovom sastavu koji dobro posluje. Upravo su to proizvodi koje hotelska industrija proizvodi za potrošnju svojih posetilaca. Zbir međufaznih proizvoda i finalne tražnje predstavlja ukupni output (proizvodnje).²⁴⁹

$$\text{Međufazni proizvod} + \text{finalna tražnja} = \text{ukupni output}$$

Tabelabr.3-15. je peta tabela satelitskog računa turizma i predstavlja proizvodne račune turističkih i drugih delatnosti za Srbiju u 2011. godini. Redovi predstavljaju turističke proizvode a kolone turističke delatnosti.

²⁴⁸ Grđić G. (1983) *makroekonomski bilansi njihova geneza i evolucija* Ekonomski fakultet Beograd str.126

²⁴⁹ Tadayuki H. (2008). *Quantitative Tourism Industry Analysis. Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*. Butterworth-Heinemann, Oxford str.150-155

Tabela br.3-15. TSA Tabela 5. Proizvodni računi turističkih i drugih delatnosti za Srbiju u 2011. godini (u milijardama dinara)

PROIZVODI	Industrije turizma							
	1 a Hoteli i slično	1 b Vlasništvo nad vikendicama	2 Industrija služenja hrane i pića	3 Putnički železnički saobraćaj	4 Putnički druški saobraćaj	5 Putnički voden saobraćaj	6 Putnički vazdušni saobraćaj	7 Usluge rentiranja opreme za prevoz
A. POTROŠNJA PROIZVODA	21.70	5.67	36.15	76.46	140.50	2.38	14.83	
A 1 Karakteristični proizvodi za turizam	21.70	5.67	36.15	76.46	140.50	2.38	14.83	
1 Usluge smeštaja za posetioce	15.14	5.67						
1 a - Usluge smeštaja za posetioce osim 1 b	15.14							
1 b Usluge smeštaja (kuće za odmor)		5.67						
2 Usluge serviranja hrane i pića	6.56		36.15					
3 Usluge prevoza putnika železnicom				76.46				
4 Usluge prevoza putnika dramskim saobraćajem					140.50			
5 Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem						2.38		
6 Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem							14.83	
7 Usluge rentiranja opreme za prevoz								0
8 Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja								
9 Usluge iz oblasti kulture								
10 Usluge sporta i rekreacije								
11 Karakteristična turistička roba za specifičnu zemlju								
12 Karakteristične turističke usluge za specifičnu zemlju								
A 2 Druga roba široke potrošnje								
B1 Vrednosti								
Neto vrednost domaćih proizvedenih dobara do distributivnih marži	8.31	3.94	15.23	18.22	33.49	1.6	12.7	
Neto vrednost uvezenih proizvedenih dobara do distributivnih marži	0.60	0.23	1.1	24.61	45.22	0.15	1.2	
Ukupni Output	21.70	5.67	36.15	76.46	140.50	2.38	14.83	
Ukupna posredna potrošnja (po kupovnim cenama)	8.91	4.17	16.33	42.83	78.71	1.75	13.9	
Ukupna bruto dodata vrednost aktivnosti	12.79	1.50	19.82	33.63	61.79	0.63	0.93	

Izvor: WTTC (2013) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2023* str.97-98.

Tabela br.3-15. TSA Tabela 5. Proizvodni računi turističkih i drugih delatnosti za Srbiju u 2011.godini(u milijardama din.) - nastavak

PROIZVODI	Industrije turizma						Ukupna proizvođača (pri osnovnim cenama)
	8. Industrije turističkih agencija i drugih aktivnosti rezervisanja	9. Oblast kulture	10. Industrije sporta i rekreacije	11. Prodaja Karakteristične turističke robe za specifičnu zemlju	12. Specifične turističke industrije za zemlju	Ukupna turistička industrija	
A. POTROŠNJA PROIZVODA	8.97	17.14	63.39		279.21	666.40	882.04
A.1 Karakteristični proizvodi za turizam	8.97	17.14	63.39		279.21	666.40	666.40
1. Usluge smeštaja za posetioce						20.81	20.81
1.a - Usluge smeštaja za posetioce osim 1.b						15.14	15.14
1.b Usluge smeštaja (kuće za odmor)						5.67	5.67
2. Usluge serviranja hrane i pića						42.71	42.71
3 Usluge prevoza putnika železnicom						76.46	76.46
4. Usluge prevoza putnika držimskim saobraćajem						140.50	140.50
5. Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem						2.38	2.38
6. Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem						14.83	14.83
7. Usluge rentiranja opreme za prevoz							
8. Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja	8.97					8.97	8.97
9. Usluge iz oblasti kulture		17.14				17.14	17.14
10. Usluge sporta i rekreacije			63.39			63.39	63.39
11. Karakteristična turistička roba za specifičnu zemlju							
12. Karakteristične turističke usluge za specifičnu zemlju					279.21	279.21	279.21
A.2 Druga roba široke potrošnje						215.64	215.64
B1 Vrednosti							
Neto vrednost domaćih proizvedenih dobara do distributivnih marži	5.84	9.27	34.28		170.75	313.63	358.01
Neto vrednost uvezenih proizvedenih dobara do distributivnih marži	0.42	0.67	2.48		12.38	89.06	159.52
Ukupni Output	8.97	17.14	63.39		279.21	666.40	882.04
Ukupna posredna potrošnja (po kupovnim cenama)	6.26	9.94	36.76		183.13	402.69	517.53
Ukupna bruto dodata vrednost aktivnosti	2.71	7.20	26.63		96.08	263.71	364.51

Izvor: WTTC (2013.) Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 - 2023, str.97-98.

Interpretacija kolona u TSA tabeli 5: Prva kolona u TSA tabeli br.5, industrija hotela, se ukršta sa ukupnim učinkom(outputom) ove industrije i tu se vidi iznos od 21.70 milijardi dinara. Ovo znači da je industrija hotela proizvela ukupno 21.70 milijardi dinara kao rezultat svog poslovanja. Pošto je ukupni učinak (output) jednak ukupnom ulaganju (input) po definiciji I-O metode, tada, ukupno ulaganje treba da bude jednako sumi međufaznih ulaganja i dodate vrednosti.

Ukupno ulaganje (input) = međufazna ulaganja (potrošnja) + dodata vrednost

$$21.70 = 8.91 + 12.79$$

U gornjem delu iste kolone u TSA Tabeli 5 se vidi da suma svih proizvoda koje je industrija hotela, stvorila treba da bude jednaka ukupnom outputu. Industrija proizvodi dva različita proizvoda: usluge smeštaja i usluge serviranja hrane i pića.

Ukupni output = usluge smeštaja za posetioce + usluge serviranja hrane i pića

$$21.70 = 15.14 + 6.56$$

Sada je potrebno uporediti ukupno ulaganje (input) i ukupni output.

$$8.91 + 12.79 = 15.14 + 6.56 \text{ tj.}$$

$$21.70 = 21.70$$

Ukupni output je zbir međufaznih transakcija i finalne tražnje, a ukupni input je jednak zbiru međufaznih transakcija i dodate vrednosti.²⁵⁰

Interpretacija redova u TSA tabeli 5: Prvi red, usluge smeštaja za posetioce. Ukupna potrošnja proizvoda koji se odnosi na usluge smeštaja za posetioce iznosi 20.81 milijardi dinara za domaću proizvodnju što se vidi u TSA tabeli 5. (skroz desno). U prvom redu u TSA Tabeli 5 se vidi koji industrijski sektor proizvodi proizvode za usluge smeštaja posetiocima. Sastoji se od proizvoda hotela u iznosu od 15.14 milijardi dinara, i vikendica u iznosu od 5.67 milijardi dinara. Zatim posmatramo usluge serviranja hrane i pića koje će pokazati proizvodnju proizvoda od strane različitih industrijskih sektora. Ukupni proizvod usluge serviranja hrane i pića iznosi 42.71 milijardi dinara, kao što se vidi u TSA Tabeli 5 u poslednjoj koloni koja se zove ukupna domaća proizvodnja. Iz TSA tabele se vidi koji industrijski sektor je proizveo proizvode koje se odnose

²⁵⁰ Tadayuki H., (2008). *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*. Butterworth-Heinemann, Oxford str. 178.

na usluge serviranja hrane i pića posmatranjem brojeva u prvom redu.²⁵¹ Ono što je potrebno primetiti u TSA Tabeli 5 je da proizvod usluge serviranja hrane i pića sadrži i drugu cifru duž ovog reda. Ovo nije samo industrija hotela, koja može da proizvede proizvode, već i druge industrije služenja hrane i pića. Posmatranjem duž reda usluge serviranja hrane i pića se vidi da je industrija koja kreira proizvode hotela proizvela 6.56 milijardi dinara kada je reč o uslugama serviranja hrane i pića (hoteli i sl.), a ostale industrije služenja hrane i pića 36.15 milijardi dinara.²⁵²

3.4.2.6. TSA Tabela 6. Proizvodnja i potrošnja za Srbiju u 2011. godini (*Domestic supply and internal tourism consumption*)

U TSA Tabeli 6 se vidi kako se turistički povezani proizvodi isporučuju i ko stvarno troši turističke proizvode. U TSA tabeli 6 postoje dve velike grupe kolona: ponude (proizvodnje) i potrošnje.

Da se izračuna direktna procena uticaja turizma i putovanja na BDP Srbije, potreban je dodatni proračun u okviru kojeg je potrebno isključiti međufaznu potrošnju. U idealnom slučaju, ovo se radi pomoću input-output tabele koje omogućavaju da se utvrdi međufazna potrošnja za svaku turističku industriju kao što je prikazano u tabelama 5 i 6. Tabela 5 prikazuje bruto proizvodnju u okviru svake od industrija turizma - ovo uključuje output obračunat prema turističkoj industriji, kao i ostatku privrede. Tabela 6 povlači zajedno unutrašnju potrošnju turizma iz tabele 4 da pokaže koji procenat ukupne proizvodnje privrede je povezan sa putovanjima i turizmom, a oduzima međufaznu potrošnju u industriji da pokaže koji procenat ukupnog BDP-a privrede je direktno vezan za putovanja i turizam. Trenutno, ne postoje input-output tabele dostupne za Srbiju. Zbog toga, je WTTC u svojim istraživanjima za procene koristio informacije Strukturne poslovne statistike (SPS) koje su dostupne iz RZS za ovu procenu.²⁵³ Postoji veliki broj nedoslednosti između podataka strukturne poslovne statistike i nacionalnih računa sa kojima je TSA potpuno konzistentan. Potrebna su u tom smislu neka dalja prilagođavanja da se dobiju relevantni koeficijenti koji omogućavaju procenu direktnog doprinosa putovanja i turizma srpskoj privredi. Međutim, SPS može da se koristi za izvođenje racija koje se mogu primeniti na podatke iz nacionalnih računa sa ciljem procene ukupnog bruto učinka (outputa) u svakoj od delatnosti turizma.²⁵⁴

3

²⁵¹Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts* 166-168

²⁵²WTTC.(2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 - 2023*.

²⁵³Oxford Economics and WTTC.(2013.) *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*, str.35.

²⁵⁴RZS (2011.) *Godišnje strukturno istraživanje o poslovanju privrednih društava* str.2 Beograd

Tabela br.3-16. TSA Tabela 6. Domaća ponuda i potrošnja u unutrašnjem turizmu u 2011. godini (u dinarima)

PROIZVODI	Industrije turizma									
	1 a Hoteli i slično		1 b Vlasništvo nad vikendicama		2. Industrija služanja hrane i pića		3. Putnički železnički saobraćaj		4 Putnički dramski saobraćaj	
	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma
A. POTROŠNJA PROIZVODA	21 70		5 67		8 91		1 46		22 40	
A.1 Karakteristični proizvodi za turizam	21 70		5 67		8 91		1 46		22 40	
1. Usluge smeštaja za posetioce	15 14	100%	5 67							
1 a - Usluge smeštaja za posetioce osim 1 b	15 14									
1 b Usluge smeštaja povezane sa svim tipovima vlasništva kuća za odmor			5 67	100%						
2. Usluge serviranja hrane i pića	6 56	100%			8 91	25%				
3. Usluge prevoza putnika železnicom							1 46	2%		
4. Usluge prevoza putnika dramskim saobraćajem									22 40	16%
5. Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem										
6. Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem										
7. Usluge rentiranja opreme za prevoz										
8. Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja										
9. Usluge iz oblasti kulture										
10. Usluge sporta i rekreacije										
11. Karakteristična turistička roba za specifičnu zemlju										
12. Karakteristične turističke usluge za specifičnu zemlju										
A.2 Druga roba široke potrošnje										
B1 Vrednosti										
Društveni transfer turizma u prirodu										
Ukupni Output	21 70	100%	5 67	100%	8 91	25%	1 46	2%	22 40	16%
Ukupna posredna potrošnja (po kupovnim cenama)	8 91	100%	4 17	100%	4 03	25%	0 82	2%	12 55	16%
Ukupna bruto dodata vrednost aktivnosti	12 79	100%	1 50	100%	4 88	25%	0 64	2%	9 85	16%
BDP	12 79	100%	1 50	100%	4 88	25%	0 64	2%	9 85	16%

Izvor: WTTC (2013) Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 - 2023 str 99-101

Tabela br.3-16. TSA Tabela 6. Domaća ponuda i potrošnja unutrašnjeg turizma u 2011. godini – nastavak (u milijardama dinara)

PROIZVODI	Industrije turizma									
	5. Putnički vođeni saobraćaji		6. Putnički vazdušni saobraćaji		7. Usluge rentiranja opreme za prevoz		8. Industrije turističkih agencija i aktivnosti rezervisanja		9. Oblast kulture	
	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma
A. POTROŠNJA PROIZVODA	1.16		12.54				8.97		3.41	
A.1 Karakteristični proizvodi za turizam	1.16		12.54				8.97		3.41	
1. Usluge smeštaja za posetioce										
1.a Usluge smeštaja za posetioce osim 1.b										
1.b Usluge smeštaja povezane sa svim tipovima vlasništva kuća za odmor										
2. Usluge serviranja hrane i pića										
3. Usluge prevoza putnika železnicom										
4. Usluge prevoza putnika druskim saobraćajem										
5. Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem	1.16	49%	12.54	85%						
6. Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem										
7. Usluge rentiranja opreme za prevoz										
8. Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja							8.97	100%		20%
9. Usluge iz oblasti kulture										
10. Usluge sporta i rekreacije										
11. Karakteristična turistička roba za specifičnu zemlju										
12. Karakteristične turističke usluge za specifičnu zemlju										
A.2 Druga roba široke potrošnje										
B1. Vrednosti										
Društveni transfer turizma u prirodu										
Ukupni Output	1.16	49%	12.54	85%			8.97	100%	3.41	20%
Ukupna posredna potrošnja (po kupovnim cenama)	0.85	49%	11.76	85%			6.26	100%	1.98	20%
Ukupna bruto dodata vrednost aktivnosti	0.31	49%	0.78	85%			2.71	100%	1.43	20%
BDP	0.31	49%	0.78	85%			2.71	100%	1.43	20%

Izvor: WTTC (2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023*, str 99-101.

Tabela br.3-16. TSA Tabela 6. Domaća ponuda i potrošnja unutrašnjeg turizma, u dinarima, 2011 (nastavak)

PROIZVODI	Industrije turizma											
	10. Industrije sporta i rekreacije		11. Prodaja Karakteristične turističke robe za specifičnu zemlju		12. Specifične turističke industrije za zemlju		Ukupna turistička industrija		Ukupne druge industrije		Ukupan Output domaćih proizvođača (pri osnovnim cenama)	
	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma	Output	Udeo turizma
A. POTROŠNJA PROIZVODA	19.86				14.08	18%	120.16	18%	17.56		137.72	16%
A.1 Karakteristični proizvodi za turizam	19.86				14.08	18%	120.16	18%			120.16	18%
1. Usluge smeštaja za posetioce							20.81	100%			20.81	100%
1.a - Usluge smeštaja za posetioce osim 1.b							15.14	100%			15.14	100%
1.b Usluge smeštaja povezane sa svim tipovima vlna kuća za odmor							5.67	100%			5.67	100%
2. Usluge serviranja hrane i pića							15.47	36%			15.47	36%
3. Usluge prevoza putnika železnicom							1.46	2%			1.46	2%
4. Usluge prevoza putnika druskim saobraćajem							22.40	16%			22.40	16%
5. Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem							1.16	49%			1.16	49%
6. Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem							12.54	85%			12.54	85%
7. Usluge rentiranja opreme za prevoz												
8. Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja							8.97	100%			8.97	100%
9. Kulturne usluge							3.41	20%			3.41	20%
10. Usluge sporta i rekreacije	19.86	31%					19.86	31%			19.86	31%
11. Karakteristična turistička roba za specifičnu zemlju												
12. Karakteristične turističke usluge za specifičnu zemlju					14.08	5%	14.08	5%			14.08	5%
A.2 Druga roba široke potrošnje									17.56	8%	17.56	8%
B1 Vrednosti												
Društveni transfer turizma u naturi									1.23	0.5%	1.23	
Ukupni Output	19.86	31%			14.08	5%	120.16	2%	18.79	4%	138.95	2%
Ukupna posredna potrošnja (po kupovnim cenama)	11.52	31%			9.23	5%	72.08	2%	10.01	4%	82.09	2%
Ukupna bruto dodata vrednost aktivnosti	8.34	31%			4.85	5%	48.08	2%	8.78	4%	56.86	2%
BDP	8.34	31%			4.85	5%	48.08	2%	8.78	4%	56.86	2%
							</					

Izvor: WTTTC (2013.) Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023 .str 99-101.

Interpretacija TSA Tabele 6: Prvi red čine proizvodi usluge smeštaja za posetioce koji iznose 20.81 milijardu dinara ukupne tražnje. Proizvodi hotela i smeštajnih kapaciteta su jedinstveni i za njih se ukupna tražnja sastoji od 100% turističke tražnje. Turistička tražnja se izvodi od posetilaca koji mogu biti posetiooci koji putuju u slobodno vreme (turisti) i oni koji ne putuju u slobodno vreme i takva turistička tražnja uključuje tražnju poslovnih korisnika, vlade i onih koji nisu stanovnici a mogu doći kao putnici za vreme odmora. Obzirom da je ukupna tražnja za proizvode smeštaja za posetioce jednaka ukupnoj turističkoj tražnji za proizvode hotela i smeštajnih kapaciteta, odnos turističkih proizvoda iznosi 100%. U TSA Tabeli 6. su izračunati svi odnosi turističkih proizvoda i izraženi u procentima. Izračunavanje odnosa turističkih proizvoda se dobija kada se ukupna turistička tražnja podeli sa ukupnom tražnjom.²⁵⁵

$$\frac{\text{Turistička tražnja}}{\text{Ukupna tražnja}} = \text{Odnos proizvoda turizma}$$

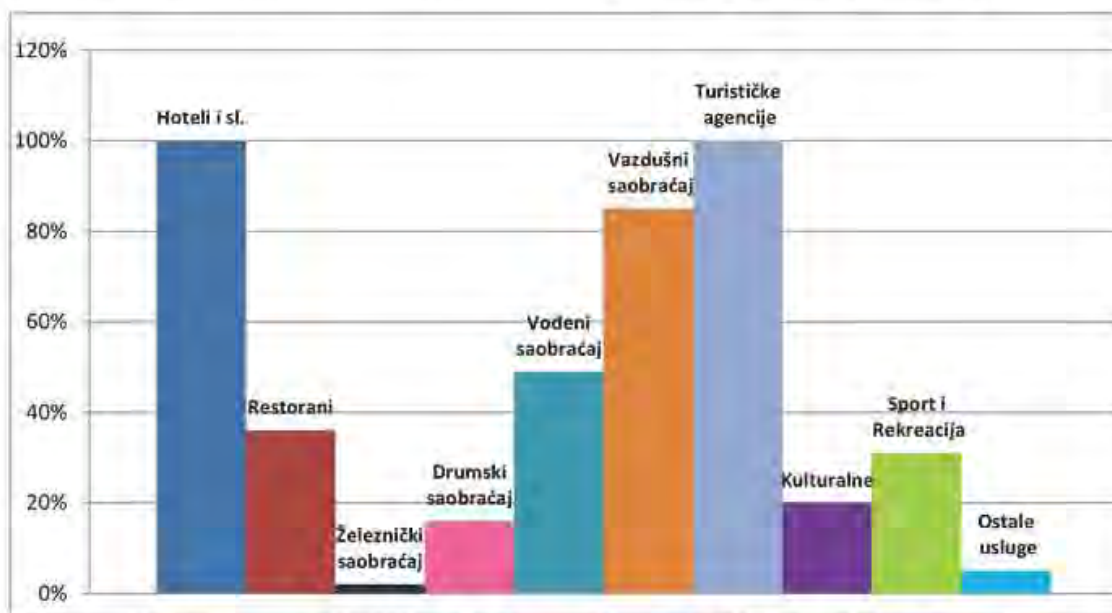
Proizvodi koji se odnose na serviranje hrane i pića su u drugom redu u TSA Tabeli br. 6. Dok je ukupna tražnja za proizvode koji se odnose na usluge serviranja hrane i pića 42.71 milijardi dinara (vidi se u TSA tabeli 5), ukupna turistička tražnja je 15.47 milijardi dinara (vidi se u tabeli TSA 6) bazirano na podacima iz tabele. Sa ove dve vrednosti, može se izračunati **odnos turističkog proizvoda** kao $15.47 / 42.71 = 0.36$ (tj. 36%). Ukupna tražnja proizvoda koji se odnose na usluge prevoza putnika železnicom iznosi 76.46 milijardi dinara dok je ukupna turistička tražnja 1.46 milijardi dinara. Odnos turističkog proizvoda je $1.46 / 76.46 = 0.02$ (tj. 2%) i tako redom za sve proizvode može da se izračuna odnos turističkog proizvoda (tj. udeo turizma).

Primenom SPS koeficijenata prilagođavanja na nacionalne račune, WTTC izvodi procene učinka ukupne privrede za svaku od turističkih industrija. Kao što se očekivalo, više intenzivni sektori turizma, kao što su usluge smeštaja i vazdušnog prevoza putnika zauzimaju veći deo ukupnog učinka, dok će sektori u kojima postoji mnogo lokalne upotrebe (npr. restorani, druge službe koje uključuje finansiranje i osiguranje) zauzeti manji udeo. Na grafiku br.3-7. su prikazani svi udeli industrije turizma u ukupnom outputu (odnos turističkog proizvoda izvorno sadržan u prethodnim tabelama).²⁵⁶

²⁵⁵Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*, str. 173.

²⁵⁶Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*, str. 38.

Grafik br.3-7. Udeo industrije turizma u ukupnom Outputu u Srbiji, 2011. godine



Izvor: Oxford Economics, World Travel & Tourism Council, (2013). Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia.

3.4.2.6.1. Izračunavanje direktnog doprinosa putovanja i turizma BDP-u Srbije

Procene učinka (outputa) industrije turizma se izvode množenjem odgovarajućih proizvoda turizma koji su proizvedeni prema odgovarajućem odnosu proizvoda turizma (TSA tabela br.6). Nakon toga, rezultati će biti sumirani prema industriji. Slede primeri koji pokazuju kako se obrađuju ove jednačine.

Industrija služenje hrane i pića (sa jednim proizvodom)

- Postoji samo jedan proizvod koji industrija služenje hrane i pića nudi – usluge serviranja hrane i pića kao proizvod
- Količina ovog proizvoda proizvedenog i potrošenog je bila 36.15 milijardi dinara (presek između kolone industrija služenje hrane i pića i reda proizvoda koji se odnosi na usluge serviranja hrane i pića TSA tabela br.5)²⁵⁷



²⁵⁷ WTTC (2013), Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011–2023

- Uzimamo broj (36.15) i identifikujemo odgovarajući odnos proizvoda turizma za proizvod usluge serviranja hrane i pića koji iznosi 0,25% u TSA tabeli 6.
- Ukupna vrednost proizvedenih proizvoda se množi svojim odnosom proizvoda turizma u ovom slučaju 0,25 (videti TSA tabelu 6).
- $36.15 \times 0,25 = 8.9$ Zato što postoji samo jedan proizvod koji industrija služenja hrane i pića proizvodi, ovo je output te industrije u turizmu.²⁵⁸

Industrija hotela (sa dva proizvoda)

- Postoje dva proizvoda koje proizvodi industrija hotela– usluge smeštaja za posetioce i usluge serviranja hrane i pića
- Vrednost prvog proizvoda koji je proizveden i potrošen je bila 15.14 milijardi dinara (presek između kolone industrije hotela i reda proizvoda usluge smeštaja za posetioce u TSA tabeli 5)
- Vrednost drugog proizvoda koji je proizveden i potrošen iznosi 6.56 milijardi dinara (presek između kolone industrije hotela i reda proizvoda koji se odnosi na usluge serviranja hrane i pića u TSA tabeli 5)
- Za ova dva broja (15.14 i 6.56) se identifikuju odgovarajući odnos proizvoda turizma za (proizvod) usluge smeštaja za posetioce, u ovom slučaju 100% (tj.1.00) i odnos za (proizvod) usluge serviranja hrane i pića (u ovom slučaju takođe 100% što se vidi u tabeli br.6).
- Ukupna količina proizvedenih proizvoda treba da bude pomnožena sa svojim odnosom proizvoda turizma.
- Zato što postoje dva proizvoda koja stvara industrija hotela, suma ovih brojeva će biti output turističke industrije hotela. Prema tome $(15.14 \times 1.00) + (6.56 \times 1.00) = 21.70$ dinara.²⁵⁹

Industrijski sektori povezani sa turizmom mogu da proizvode turističke proizvode. Iz TSA Tabele 6se vidi da proizvodnja turističkih proizvoda od strane industrijskih sektora povezanih sa turizmom nije uvek 100% (odnos 1.00). Odnos industrije turizma pokazuje udeo kupovine proizvoda industrijskih sektora povezanih sa turizmom, koji mogu da uključuju i kupovine onih koji nisu turisti. Drugim rečima, output turizma, koji će nastati usled kupovine posetilaca, je skriven u okviru ukupnog output-a.

²⁵⁸Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling*, 30 *Tourism Satellite Accounts*, str 178-179

²⁵⁹WTTC (2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023*.

Međutim, moguće je izvući udeo output-a nastalog kupovinom od strane posetilaca i on može da bude definisan kao output od turizma.

Dodata vrednost izražava meru ostvarene vrednosti u proizvodnji. Bruto dodata vrednost predstavlja razliku između bruto vrednosti proizvodnje (outputa) i međufazne potrošnje. Mera bruto dodatne vrednosti ne izražava se preko pojedinačnih proizvoda, već sjedinjavanjem, zbrajanjem dodatnih vrednosti institucionalne jedinice na nivou podgrupe, grupe, grane i vrste delatnosti, kao i ekonomije u celini. Na nivou ekonomije u celini zbir dodatih vrednosti svih proizvodnih jedinica se naziva **bruto domaći proizvod**.²⁶⁰

Ukupni output turističkih delatnosti i drugih delatnosti je 882.04 milijardidinara što se vidi u TSA tabeli 5. Od ukupnog outputa, 517.53 milijarde dinara koristi se kao međufazna potrošnja, što znači da su iskorišćeni od strane drugih industrijskih sektora za proizvodnju gotovih proizvoda. Preostalih 364.51 milijardidinara koristi se da se zadovolji finalna potrošnja. Output turizma (138.95 milijardi dinara) može se podeliti na međufaznu potrošnju u okviru turizma od 82.09 milijarde dinara i dodatnu vrednost u oblasti turizma od 56.86 milijardi dinara (vidi se u TSA tabeli 6).²⁶¹

Potrebno je uzeti u obzir iznos dodate vrednosti, što je zapravo BDP, tj. ukupna tržišna vrednost robe i usluga proizvedenih u državi za jednu godinu. Ukupan BDP Srbije u 2011. godini iznosio je 3.209 milijardidinara (43.749 miliona dolara). Kada se zna ukupna veličina ekonomije, dodata vrednost u turizmu od 56.86dinara (turistički BDP) što se vidi u TSA tabeli 6. Udeo turizma u BDP-u Srbije se izračunava kao odnos *dodate vrednosti turizma* i *ukupnog BDP* i iznosi:

$$56.86 \text{ dinara} / 3.209 \text{ dinara} = 1,77\%$$

Direktni udeo putovanja i turizma na BDP u Srbiji procenjuje se na 56.8 milijardi dinara u 2011, što predstavlja 1,77% ukupnog BDP-a privrede.²⁶²

²⁶⁰Miljković D. (2001) *Makroekonomski računi*, Centar za izdavačku delatnost, Ekonomski fakultet u Beogradu str.106-107.

²⁶¹Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts* str.181-183.

²⁶²Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013) *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia* str.101.

2

Direktni doprinos turizma BDP-u u 2014. godini iznosio je 78.5 milijardi dinara ili 2.1% BDP-a. Prognozira se da će porasti za 1.1% u toku 2015. godine na 79.4 milijardi dinara. Ovo primarno reflektuje ekonomske aktivnosti generisane delovima turističke industrije kao što su hoteli, turističke agencije, avio kompanije i druga sredstva za prevoz putnika (izuzimajući servise javnog prevoza). Takođe, uključuje aktivnosti sektora restorana i putovanja u svrhu odmora.

Prema prognozama WTTC, direktni doprinos turizma BDP-u bi trebalo da raste za 5.2% prosečno na godišnjem nivou i da do 2025. godine dostigne 131.0 milijardu dinara odnosno 2.5% BDP-a, što se vidi na grafiku br.3-8.²⁶³

33

Grafik br.3-8. Direktni doprinos putovanja i turizma BDP-u Srbije po godinama

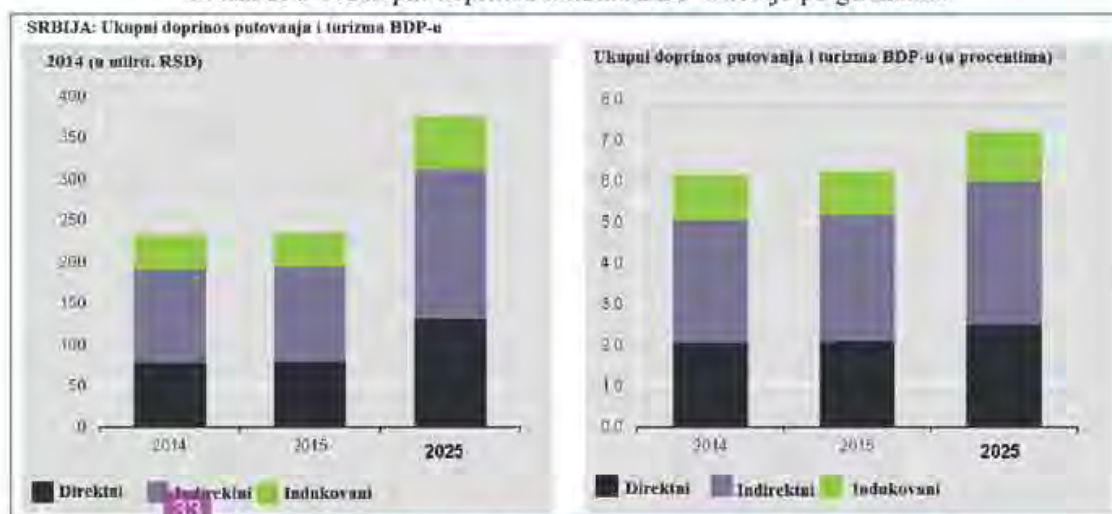


Izvor: WTTC.(2015).*Travel& Tourism. Economic impact 2015 Serbia.str.3.*

Ukupni doprinos turizma BDP-u (uključujući šire efekte od investiranja, lanaca snabdevanja i indukovane prihode) iznosi 231.7 milijardi dinara u 2014. godini (6.1% BDP-a) pri čemu se očekuje povećanje od 1.1% odnosno 234.2 milijardu dinara u 2015. godini ili 6.2% BDP-a. WTTC prognozira da će ostvariti rast od 4.8% godišnje do 2025. godine na 373.8 milijardi dinara ili 7.2% BDP-a, što se vidi na grafiku br.3-9.

²⁶³ WTTC (2015).*Travel& Tourism. Economic impact 2015 Serbia.str.3.*

Grafik br.3-9.Ukupni doprinos turizma BDP-u Srbije po godinama



Izvor: WTTC.(2015).*Travel& Tourism, Economic impact 2015 Serbia*,str.3.

3.4.2.7. TSA Tabela 7. Zaposlenost u turizmu (*Employment in the tourism industries*)

TSA tabela br.7 je veoma važna tabela za delatnost turizma jer izračunava koliko je zaposlenih u turizmu i koliko zaposleni primaju prosečnu godišnju nadoknadu u različitim industrijskim sektorima koji se bave „proizvodnjom” turističkih proizvoda. Budući da osnovni podaci za TSA potiču od onih iz I-O, TSA sadrži neke, karakteristične podatke u okviru I-O tabele:²⁶⁴

- Zaposlenost se ne razlikuje od toga da li je puno ili skraćeno radno vreme. I jedno i drugo se računa u zaposlenost;
- Nadoknada za zaposlene uključuje ne samo direktnu platu, već i dodatne beneficije kao što su socijalno i zdravstveno osiguranje i drugo;
- Svi podaci prikazani su na godišnjoj osnovi.

²⁶⁴ UNWTO, UNSD, EUROSTAT, OECD: *Recommended Methodological Framework 2008 Tourism Satellite Account (TSA: RMF 2008)*.

Podaci o ukupnoj zaposlenosti (izraženo u hiljadama zaposlenih) dobijeni su od strane Republičkog zavoda za statistiku Srbije. Odnosi industrije turizma su izračunati u okviru TSA Tabele 6.

Industrija turizma sastoji od velikog broja sektora koji zadovoljavaju potrebe posetilaca na različitim nivoima. Obuhvatanje svih zaposlenih koji rade u ovim sektorima dovodi do precenjivanja broja zaposlenih u industriji turizma. Prema tome, potrebno razmatrati u analizi brojeve gde odnosi industrije turizma treba da filtriraju zaposlenost u turizmu od ukupnog broja zaposlenih u industrijskim sektorima koji su na neki način vezani za turizam. Za izračunavanje zaposlenosti u turizmu (izraženog u hiljadama zaposlenih), potrebno je pomnožiti ukupnu zaposlenost sa odgovarajućim odnosom industrije turizma.²⁶⁵

Tabela br.3-17. TSATabela 7: Zaposlenost po polu u industriji turizma Srbije 2011. godine

	Ukupno		
	Muški	Ženski	Ukupno
1. Usluge smještaja za posetioce	5,021	4,630	9,651
1 a - Usluge smještaja za posetioce osim 1 b.	5,021	4,630	9,651
1 b Usluge smještaja povezane sa svim tipovima vlasništva kuća za odmor			
2. Usluge serviranja hrane i pića	1,376	1,270	2,646
3. Usluge prevoza putnika železnicom	332	103	434
4. Usluge prevoza putnika drumskim saobraćajem	1,553	481	2,034
5. Usluge prevoza putnika vodenim saobraćajem	280	87	367
6. Usluge prevoza putnika vazdušnim saobraćajem	968	300	1,267
7. Usluge rentiranja opreme za prevoz			
8. Turističke agencije i druge aktivnosti rezervisanja	1,652	1,284	2,936
9. Usluge iz oblasti kulture	1,292	937	2,229
10. Usluge sporta i rekreacije	2,093	1,923	4,016
11. Karakteristična turistička roba za konkretnu zemlju			
12. Karakteristične turističke usluge za konkretnu zemlju	730	1,239	1,969
A.2 Druga roba široke potrošnje	2,104	2,420	4,524
UKUPNO	17,400	14,672	32,072
Udeo kompletne ekonomije n formalnu zaposlenost			2.4%

Izvor: WTTC (2013) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023*, str.102.

²⁶⁵ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia, str.39-40.

Postoje dva izvora o zaposlenosti stanovništva za Srbiju. To su:²⁶⁶

- Formalna zaposlenost koja obuhvata sve zaposlene koji imaju formalni ugovor o radu;
- Zaposlenost koja se zasniva na podacima ankete (ARS – anketa o radnoj snazi).

Da bi se zadržala konzistentnost sa nacionalnim računima, koristi se formalna zaposlenost kao primarna osnova procene zaposlenosti putovanja i turizma. Zaposlenost turizma i putovanja procenjuje se uzimajući ukupnu zaposlenost privrede u kojem god je sektoru predstavnik relevantne industrije turizma. Na primer, za usluge smeštaja, uzima se ukupna zaposlenost usluga smeštaja, za usluge putničkih agencija uzima se zaposlenost u turističkoj agenciji, itd. Udeo finalnog outputa putovanja i turizma, se primenjuje na zaposlenost po sektoru za utvrđivanje koji procenat zaposlenosti se može pripisati industriji turizma.

U Srbiji je ukupan broj zaposlenih u 2011. godini iznosio 1.342.892. Kada se ukupan broj zaposlenih 32.072 (vidi se u TSA tabeli 7) podeli sa 1.342.892 dobija se 2,4%, i predstavlja procenat zaposlenih u turizmu u odnosu na ukupno zaposlene.²⁶⁷

Na grafiku br.3-10, direktno zaposlenih u industriji putovanja i turizma u toku 2014. godine je bilo 35.000 i predstavlja 2,6% ukupnog broja zaposlenih. Prognozira se da će ovaj broj rasti za 1,0% u 2015. godini i ostvariti 35.500 radnih mesta što će iznositi 2,6% od ukupnog broja zaposlenih.

Ovo uključuje zaposlene u hotelima, turističkim agencijama, avio kompanijama i drugim servisima za prevoz putnika (izuzimajući javni prevoz). Takođe, uključuje na primer aktivnosti restorana i onih industrija koje su povezane sa turistima.

Očekuje se da će do 2025. godine industrija putovanja i turizma obezbeđivati direktno 42.000 radnih mesta što predstavlja porast od 1,7% prosečno godišnje u narednih deset godina i prikazano je na grafiku br.3-10.²⁶⁸

²⁶⁶ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia. str.39-40.

²⁶⁷ WTTC.(2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023*

²⁶⁸ WTTC.(2015) *Travel& Tourism. Economic impact 2015 Serbia.str.4-5.*

Grafik br.3-10. Direktni doprinos putovanja i turizma na zaposlenost u Srbiji po godinama



Izvor: WTTC.(2015).*Travel & Tourism, Economic impact 2015 Serbia.str.str.4-5.*

Ukupni doprinos putovanja i turizma na zaposlenost u 2014. godini iznosi 87.500 radnih mesta što predstavlja 6.4% od ukupno zaposlenih. Prognozira se da će se broj radnih mesta u turizmu povećati za 0,7% u 2015. godini što će iznositi 88.000 zaposlenih, a predstavljaće 6.4% od ukupno zaposlenih u 2014.godini. Do 2025. godine, putovanja i turizam bi mogli generisati 100.000 radnih mesta, što je 7.5% svih zaposlenih i uvećanje od 1.3% prosečno godišnje u toku desetogodišnjeg perioda, predstavljeno je na grafiku br.3-11.²⁶⁹

Grafik br.3-11. Ukupni doprinos turizma i putovanja na zaposlenost u Srbiji



Izvor: WTTC.(2015).*Travel & Tourism, Economic impact 2015 Serbia.str.str.4-5.*

²⁶⁹ WTTC (2015).*Travel & Tourism, Economic impact 2015 Serbia.str.str.4-5.*

3.4.2.8. TSA Tabela 8 - Investicije u turizam (*Tourism gross fixed capital formation of tourism industries*)

Kapitalne investicije su važan element delatnosti turizma u Srbiji. Za ovo se koriste izvori podataka RZS koji nose naziv Formiranje bruto fiksnog kapitala (GFCF- Gross Fixed Capital Formation) koji se kombinuju sa podacima nacionalnih računa. Ukupne investicije u 2011. godini iznosile su 59.8 milijardi dinara. Međutim, za detaljniji obračun investicija u turizmu potrebni su detaljni podaci sektora.

U tabeli br.3-18. je predstavljena osma tabela TSA i nosi naziv Formiranje bruto fiksnog kapitala od industrije turizma i drugih industrija u Srbiji 2011. godine.²⁷⁰ U tabeli se vide sledeće grupe osnovnih sredstava (redovi u tabeli):

1. Smeštaj za posetioce (hoteli i drugi smeštaj za posetioce, vikendice)
2. Druge ne-rezidentne zgrade (restorani, zgrade i infrastruktura za prevoz putnika, zgrade iz oblasti kulture, sale, tereni i drugi kapaciteti za sport, rekreaciju i zabavu i dr.)
3. Oprema za prevoz putnika u svrhu turizma

Takođe u tabeli se razlikuju dve kolone. Prva se odnosi na industriju turizma u privatnom sektoru a druga na procenu državnih investicija.

Procena investicija u privatnom sektoru - uzima se procenjeni GFCF u relevantnim sektorima putovanja i turizma i primenjuje se konačni udeo ukupnog outputa putovanja i turizma (iz TSA tabele 6) da se utvrdi koliko je procena investicija u privatnom sektoru u okviru industrije putovanja i turizma. Ovo daje ukupnu investiciju u privatni sektor od 20.3 milijardi dinara u toku 2011. godine i iznosi 3,4% od ukupnog ulaganja.

Procena državnih investicija—dobija se korišćenjem informacija obezbeđenih iz Ministarstva privrede i Ministarstva finansija Vlade republike Srbije, koje utvrđuju detaljne procene državne potrošnje u turizmu. Na osnovu toga može se utvrditi da je 1.9 milijardi dinara investirano u putovanja i turizam u Srbiji u 2011. godini, uključujući mašine i opremu kao i druga osnovna sredstva. Najveći deo državnih investicija uložen je za razvoj skijališta na Staroj planini koje beleži ekspanziju u poslednjih nekoliko godina kao rezultat državnih investicija.

Kada se uzmu procene investicija u privatnom sektoru i procene državnih investicija dobija se 22.2 milijarde dinara. To predstavlja 3,8% ukupnih ulaganja.

²⁷⁰ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*. str 41-42.

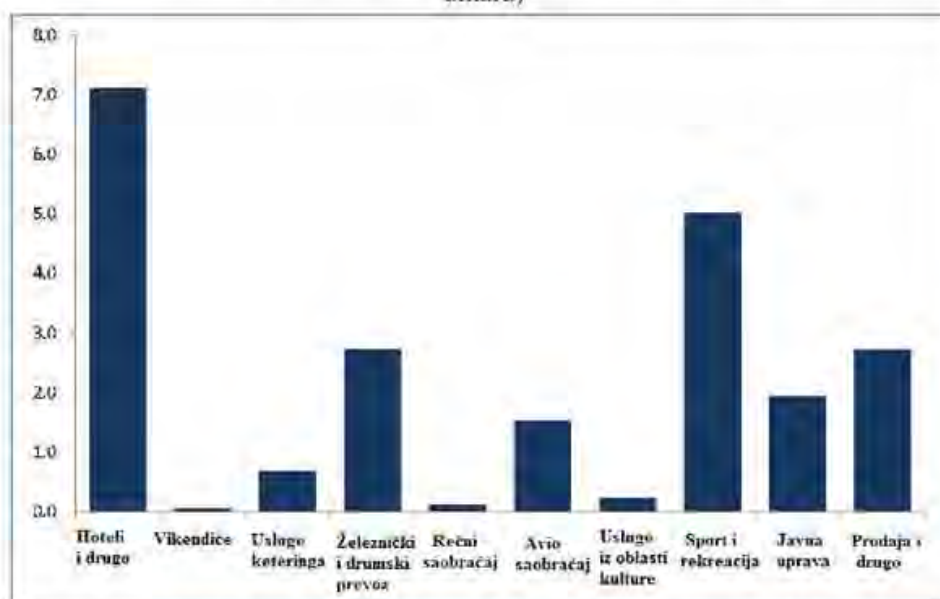
Tabela br.3-18.TSA Tabela8.Formiranje bruto fiksnog kapitala od industrije turizma i drugih industrija 2011. god. (u milijardama din.)

	Industrije turizma										Ostale industrije			Formiranje bruto fisknog kapitala od turizma		
	1. Smeštaj za posetioce	1a. Usluga smeštaja za posetioce izvan zemlje	1b. Usluga smeštaja povezane sa svim tipovima vlasništva: Kuća za odmor	2. Industrija služnja hrane i pića	3 - 4. Usluga prevoza putnika željeznicom i drumskim prevozom	5. Prevoz putnika vodenim saobraćajem	6. Prevoz putnika vazdušnim saobraćajem	7. Rentiranje opreme za prevoz	8. Industrija turističkih agencija i druge aktivnosti rezervisanja	9. Kulturne industrije	10. Industrija sporta i rekreacije	Ukupne turističke industrije	Javna uprava		Drugo	Ukupno
Kapitalna dobra																
1. Fiksna aktiva povezana sa turizmom	7,15	7,10	0,05	0,68	2,70	0,12	1,54		0,04	0,20	4,96	17,40	1,94	2,41	4,34	21,74
1. Smeštaj za posetioce	4,89	4,86	0,03									4,89				4,89
1.1 Hoteli i drugi smeštajni kapaciteti za posetioce	4,86	4,86										4,86				4,86
1.2 Kuće za odmor pod punim vlasništvom	0,03		0,03									0,03				0,03
1.3 Kuće za odmor pod drugim formama vlasništva																
2. Druge ne-rezidentne zgrade i strukture				0,16			0,10		0,12	0,12	4,18	5,48	1,94	1,53	3,47	8,94
2.1 Restorani i slične zgrade				0,16								0,16				0,16
2.2 Zgrade i infrastruktura za prevoz putnika na duge relacije					0,92		0,10									
2.3 Zgrade za kulturne i slične sadržaje, uglavnom za upotrebu od strane posetilaca										0,12		0,12				0,12
2.4 -Kapaciteti za sport, rekreaciju i zabavu											4,18	4,18	1,94			6,12
2.5 Drugi kapaciteti strukture												0,00		1,53	1,53	1,53
3. Oprema za prevoz putnika u turizm					1,78	0,12	1,44					3,34				3,34
3.1 Drumski (uključujući pruge i puteve)					1,78							1,78				1,78
3.2 Rečni						0,12						0,12				0,12
3.3 Vazdušni							1,44					1,44				1,44
4. Ostale mašine i oprema za proizvodnu proizvodni arakterističnih za turizam	2,26	2,24	0,02	0,52					0,04	0,08	0,78	3,69		0,88	0,88	4,58
5. Unapređenja zemljišta korišćenog u turizmu												0,00				
II Investicije industrije turizma u druge ne turističku aktivu										0,04	0,05	0,09	0,01	0,32	0,33	0,42
UKUPNO	4,16	7,11	0,05	0,68	2,70	0,12	1,54		0,04	0,24	5,01	17,49	1,94	2,73	4,68	22,16

Izvor: WTTC (2013) Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023, str.103-104.

U Tabeli br.3-18, se vidi da je najviše investirano u hotele 7.16 milijardi dinara, kao i u kapacitete za sport 5 milijardi u Srbiji u 2011. godini. Ukupno je investirano u turističku industriju 17.5 milijardi dinara. Takođe se vidi da javna uprava investirala samo 1.9 milijardi dinara i to uglavnom u kapacitete za sport i rekreaciju, investiranje u železnički i drumski prevoz zajedno 2.7 milijardi dinara, a u prevoz putnika avio saobraćajem je uloženo 1.5 milijardi dinara. Ukupan bruto fiksni kapital od turizma iznosi 22.2 milijardi dinara u Srbiji u 2011 godini. Najmanje sredstava je uloženo u sredstva i opremu za rečni saobraćaj i zgrade iz oblasti kulture. Na grafiku br.3-12, se vidi struktura investicija u turizam 2011. godine u Srbiji.²⁷¹

Grafik br.3-12. Struktura ulaganja u putovanja i turizam u Srbiji 2011. godine (u milijardama dinara)



Izvor: Nacionalni račun (RZS), WTTC/Oxford Economics 2013

WTTC očekuje da će turizam i putovanja da privuku kapitalne investicije vredne 28.0 milijardi dinara u 2014.godini. U 2015. godini prognozira se da će ova vrednost da poraste za 2,9% i prosečno 2.6% godišnje narednih deset godina do 37.1 milijardi dinara 2025. godine. WTTC

²⁷¹Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013) *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*, str.41-42.

prognozira da će udeo turizma i putovanja u ukupnom investiranju pasti sa 4.4% u 2015. godini na 4.2% 2025. godine. To je predstavljeno na grafiku br.3-13.²⁷²

Grafik br.3-13. Investicije kapitala u turizam i putovanja u Srbiji



Izvor: WTTC.(2015).*Travel& Tourism. Economic impact 2015.Serbia.str.5.*

3.4.2.9. TSATabela 9 - Kolektivna potrošnja turizma (*Tourism collective consumption*)

Podaci koji se odnose na kolektivnu potrošnju preuzeti su iz Ministarstva privrede i Ministarstva finansija Vlade republike Srbije. Ukupni državni rashodi u turizmu procenjuju se kao zbir potrošnje sledećih korisnika:

- JP Skijališta Srbije
- Turistička organizacija Srbije
- Nacionalna korporacija za razvoj turizma
- Park Palić doo
- Grad Golubac

Državne investicije u turizam u materijale, mašine, kao i investiranje u Staru planinu, isključene su iz ove agregacije.²⁷³

²⁷²WTTC (2015).*Travel& Tourism. Economic impact 2015.Serbia.str.5.*

²⁷³Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia* str 43

Individualna državna potrošnja u 2011. godini se procenjuje tako što se od ukupnog turističkog budžeta Srbije u 2011. godini od 5,2 milijardi dinara oduzme kolektivna potrošnja i investicije. Procenjuje se da je ukupna državna potrošnja (bez Stare planine) za turizam iznosila oko 1,9 milijarde u 2011.²⁷⁴

ukupni turistički budžet- kolektivna potrošnja - investicije =individualna potrošnja

13
Kolektivna potrošnja formalno poznata kao ne tržišne usluge (kolektivne), ova kategorija uključuje operativne troškove koje ostvare vladine agencije na usluge povezane sa putovanjima i turizmom, ali koji nisu direktno povezani sa bilo kojim pojedinačnim posetioцем, već su ovi troškovi u ime šire zajednice, kao što je turistička propaganda, administracija, usluge bezbednosti, sanitarne usluge u turističkim centrima, itd.²⁷⁵

U tabeli br.3-19. se vidi deveta tabela TSA i predstavlja kolektivnu potrošnju turizma. U Srbiji ne postoji izračunata potrošnja za svaku od funkcija u okviru tabele br.3-19 za 2011. godinu, zato su podaci izostavljeni i nisu prikazani. Postoji samo zbirni podatak i procenjuje se da je državna potrošnja u turizam iznosila 1,9 milijardi dinara.

Tabela br.3-19. TSA Tabela 9: Kolektivna potrošnja turizma u Srbiji 2011. godine (u milijardama dinara)

FUNKCIJA	Ukupna turistička kolektivna potrošnja
Servisi promocije turizma	-
Servisi informacija za posetioce	-
Servisi javne uprave povezani sa distribucijom i keteringom. hotelima i restoranima	-
Servisi javne uprave povezani sa turističkim poslovima	-
Servisi istraživanja tržišta i javnog mišljenja	-
Policija i vatrogasci	-
Drugi servisi za edukaciju i obuku	-
Servisi za edukativnu podršku	-
UKUPNO	1,9

Izvor: WTTC (2013.) *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023*, str.105.

²⁷⁴Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*, str.43

²⁷⁵WTTC(2005) *Ekonomsko istraživanje putovanja i turizma za Crnu Goru*, str.7

U 2014. ukupna državna potrošnja se takođe zadržala na istom nivou kao i 2011. godine, dok se u 2015. godini ona procenjuje na 2,1 milijardu. Do 2025. godine procenjuje se da će državna potrošnja dostići nivo od 3,1 milijardu dinara.²⁷⁶

Kada je u pitanju struktura državne potrošnje u 2011. godini 37,6% se odnosilo na vladine investicije, 38,5% vladina kolektivna potrošnja a 23% vladina individualna potrošnja što se vidi na grafiku br.3-14.²⁷⁷

Grafik br.3-14. Struktura državne potrošnje u turizmu u Srbiji u 2011. godini



Izvor: Nacionalni računi (RZS), WTTC/Oxford Economics, *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia 2013*

²⁷⁶ WTTC (2014). *Travel & Tourism. Economic impact 2014. Serbia*

²⁷⁷ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*. str. 42-43.

3.4.2.10. TSA Tabela10 - Nemonetarni indikatori (*Non-monetary indicators*)

TSA tabela 10 obezbeđuje dodatne nenovčane informacije koje prate ukupni TSA. Prilikom izrade simuliranog TSA za Srbiju, nisu bile na raspolaganju sve informacije da bi se u potpunosti popunila ova tabela, međutim, one informacije koje su postojale su i prezentovane. Tabela br.3-22. predstavlja ne monetarne indikatore za Srbiju u 2011. godini.

Ona se sastoji od sledeće dve tabele:²⁷⁸

- Prva predstavlja broj putovanja po vrsti kategorija posetilaca (posetioci koji noće i dnevni posetioci) i tipu turizma dolaznom turizmu, domaćem turizmu i odlaznom turizmu (prikazana je u tabeli br.3-22a). Već je ranije napomenuto da ne postoje informacije za Srbiju o dnevnim posetiocima. Takode, u ovoj tabeli nisu date informacije o odlaznom turizmu, jer nisu bile raspoložive.
- Druga predstavlja broj smeštajnih objekata i kapaciteta po tipu smeštaja (prikazana je u tabeli br.3-22b), broju smeštajnih objekata, broju soba, broju kreveta, i njihove iskorišćenosti.

Tabela br.3-20. TSA Tabela 10. Nemonetarni indikatori, Srbija

Tabela br.3-20.a. Broj putovanja i noćenja prema tipu turizma i kategorijama posetilaca u 2011. godini u Srbiji

	DOLAZNI TURIZAM			DOMAĆI TURIZAM			ODLAZNI TURIZAM		
	Turisti (posetioci koji noće)	Dnevni posetioci	Ukupno posetilaca	Turisti (posetioci koji noće)	Dnevni posetioci	Ukupno posetilaca	Turisti (posetioci koji noće)	Dnevni posetioci	Ukupno posetilaca
Broj putovanja									
Broj noćenja	765,000	/	765,000	1,304,000	/	1,304,000	/	/	/

Izvor: WTTC. (2013.). *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023* str.105.

²⁷⁸ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*. str. 44

U tabeli br.3-20a je predstavljen broj putovanja i broj noćenja u zavisnosti od tipa turizma (dolazni, odlazni i domaći). Vidi se da je najviše ostvarenih noćenja od domaćih turista u Srbiji u 2011. godini. U Srbiji se ne vodi evidencija o dnevnim turistima kako je preporučeno u TSA:RMF 2008 metodologiji. Takođe ne postoje podaci o broju ostvarenih putovanja.

Tabela br.3-20.b. Broj smeštajnih objekata i kapaciteti prema tipovima smeštaja

	SMEŠTAJ ZA POSETIOCE U ISIC55			AKTIVNOSTI VEZANE ZA NEKRETNINE U ISIC68		
	Smeštajni kapaciteti (kratkoročni i boravak)	Kampovi, parkovi za vozila i kamp prikolice	Ostali smeštaj	nekretnine u vlasništvu ili lizingu	nekretnine na osnovu ugovora ili iznajmljivanja	Ukupno za nekretnine
Broj osnovanih smeštajnih objekata	871	21	118			28
Kapaciteti (soba)	32,370	4,506	1,653			12,226
Kapaciteti (kreveta)	75,366	14,256	4,685			33,357
Kapaciteti (broj noćenja po sobi)	5,907,525	822,345	301,673			2,231,245
Kapaciteti (broj noćenja po krevetu)	13,754,295	2,601,720	855,013			6,087,653
Iskorišćenost kapaciteta (soba)	50.1%	1.6%	25.3%			12.3%
Iskorišćenost kapaciteta (ležajeva)	28.7%	0.7%	11.9%			6.0%

Izvor: WTTC. (2013). *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011 – 2023* str.105.

U Tabeli br.3-20b. je prikazan smeštaj za posetioce (broj smeštajnih objekata, ukupan broj soba kao i ležajeva), broj noćenja po sobi, broj noćenja po krevetu i iskorišćenost soba i kreveta u Srbiji u 2011. godini. Iz tabele se vidi da je iskorišćenost soba 50,1% u Srbiji, a iskorišćenost ležajeva 28,7%. Kada je reč o kampovima i kamp prikolicama iskorišćenost soba je oko 1,6%, a ležajeva 0,7% od ukupnih kapaciteta. Ukupna iskorišćenost nekretnina koje turisti iznajmljuju na duži period je oko 6%. U Srbiji ne postoje podaci o nekretninama koje se iznajmljuju na osnovu ugovora na duži period.²⁷⁹

²⁷⁹ Oxford Economics, World Travel & Tourism Council. (2013). *Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*. str. 44

3.5. Istraživanje o satelitskom računu u turizmu i njegovoj primeni u Srbiji

Budući da je naziv disertacije satelitski račun u turizmu i njegova primena u Srbiji ispitano je mišljenje zaposlenih u turističkoj delatnosti ali i u onim koje su od izuzetnog značaja za razvoj TSA. Pre svega da bi se ustanovilo koliko je ispitanika upoznato sa satelitskim računom turizma, koliko su upoznati sa metodologijom i načinom izrade TSA i da li smatraju da Srbija treba da ima razvijene satelitske račune u turizmu. Takođe je ispitano da li zaposleni u turističkoj delatnosti smatraju da bi bilo korisno da se dodatno edukuju o satelitskom računu turizma, da li smatraju da je država stvorila dovoljne preduslove za njegovo uvođenje i da li postoje određene prepreke.

U svrhu provere stavova o satelitskom računu u turizmu Srbije sprovedena je anonimna anketa na bazi upitnika čiji su rezultati izloženi u nastavku disertacije.

3.5.1. Metodologija istraživanja

3.5.1.1. Varijable

➤ Zavisne varijable:

Zavisne varijable obuhvataju stavove prema turizmu u Srbiji, upoznatost sa satelitskim računom i njegovom metodologijom, identifikaciju potreba i barijera za uvođenje TSA, kao i stavove po pitanju očekivanih doprinosa i efekata TSA na turizam u Srbiji.

Prvi set zavisnih varijabli čine stavovi prema turizmu izraženi kroz odgovore anketiranih na 4 pitanja. Zadatak ispitanika je da na dihotomnoj DA/NE skali proceni da li turizam ima značajan uticaj na privredu naše zemlje i da li turizam kod nas ima potencijal da značajnije razvije sopstvenu ponudu, kao i da na petostepenoj ordinalnoj skali proceni dostignut stepen razvoja turizma u Srbiji (skala ide od 1-veoma visok do 5-veoma nizak, gde je 3-srednji nivo). Od ispitanika se takođe tražilo da svoje mišljenje o tome da li turizam ima značajan uticaj na privredu obrazlože u vidu rečenice otvorenog tipa, bez unapred ponuđenih odgovora.

Drugi set zavisnih varijabli se tiče **upoznatosti sa satelitskim računom turizma** i zadatak ispitanika je da na dihotomnoj skali DA/NE daju odgovore na sledeća 4 pitanja: *Da li ste čuli za satelitski račun u turizmu?*, *Da li ste upoznati sa metodologijom koja služi u izradi TSA?* *Da li ste čuli da je WTTC (World Travel & Tourism Council) razvio simulirani satelitski račun u turizmu za Srbiju?*, *Da li ste možda bili član radne grupe za uvođenje simuliranog satelitskog računa u Srbiji?*, kao i da odgovore u kojoj meri je upoznat sa metodologijom koja služi u izradi satelitskog računa turizma.

Treći set zavisnih varijabli tiče se **identifikacije potreba za satelitskim računom u turizmu**. Naime, od ispitanika se tražilo da se izjasne da li smatraju da Srbija treba da ima razvijeni satelitski račun, kao i da li je potrebno sprovesti dodatna istraživanja za potrebe satelitskog računa i dodatno se obrazovati (skale su dihotomne DA/NE tipa). U okviru ovog seta pitanja nalazi se i pitanje o tome koje sve barijere postoje za uvođenje satelitskog računa turizma, koja je barijera percipirana kao ključna i da li je država stvorila sve preduslove za uvođenje TSA.

Četvrti set zavisnih varijabli se tiče **očekivanih doprinosa i efekata uvođenja TSA**, kao i procene da li je TSA neophodan Srbiji. **2** doprinosi i efekti su mereni na četvorostepenoj skali slaganja sa datom tvrdnjom (1 - znači Da, 2 - uglavnom Da, 3 - uglavnom Ne i 4 - Ne).

Na kraju ankete se od ispitanika tražilo da obrazlože ukoliko po njihovom mišljenju postoji neki drugi jednako dobar alternativni način da se meri uticaj turizma na privredu zemlje, a odgovori su davani na dihotomnoj DA/NE skali. Ispitanici koji bi na ovo pitanje odgovorili sa „Da“ bili su pitani da navedu taj alternativni način merenja uticaja turizma na privredu zemlje.

Pored zavisnih varijabli koje smo želeli da izmerimo ovim istraživanjem, upitnik je sadržao i izvestan broj nezavisnih, tzv. kontrolnih varijabli.

➤ Nezavisne/kontrolne varijable:

- **Pol:** kategorička varijabla s dve kategorije, muški i ženski
- **Godine starosti:** ispitanik je upisao koliko ima godina, a onda su odgovori naknadno kodirani u 3 kategorije tako da podgrupe budu približno iste veličine i da logički imaju smisla u kontekstu životnog doba (21-30, 31-40 i 41 i više godina)
- **Godine radnog staža:** ispitanik je upisao koliko ima godina radnog staža, a onda su odgovori naknadno kodirani u 3 kategorije (do 5 godina, 6-15 i 16 i više godina)

- **Školska sprema:** od ispitanika se zahtevalo da na skali zaokruže odgovor koji odgovara njihovoj stručnoj spremi:
 - a) srednja stručna sprema
 - b) viša stručna sprema
 - c) visoka stručna sprema
 - d) visoka stručna sprema – master
 - e) magistratura
 - f) doktorat
- **Pozicija u organizaciji:** od ispitanika se zahtevalo da na skali zaokruže odgovor koji odgovara njihovoj stručnoj spremi:
 - a) top menadžer / direktor
 - b) srednji nivo menadžera
 - c) niži nivo menadžera
 - d) izvršilac poslova
- **Tip organizacije:** od ispitanika se zahtevalo da na kategoričkoj varijabli zatvorenog tipa zaokruže odgovor koji odgovara tipu organizacije u kojoj rade:
 - a) državna
 - b) privatna
- **Delatnost:** od ispitanika se zahtevalo da na kategoričkoj varijabli zatvorenog tipa zaokruže odgovor koji odgovara delatnosti u kojoj je njihova organizacija:
 - a) u delatnosti turizma
 - b) u ostaloj
- **Organizacija:** od ispitanika se zahtevalo da na kategoričkoj varijabli zatvorenog tipa zaokruže odgovor koji odgovara organizaciji u kojoj rade:
 - a) Hoteli
 - b) Avio kompanije
 - c) Turističke agencije
 - d) Statističke organizacije
 - e) Narodna banka
 - f) Ministarstva
 - g) Turističke organizacije
 - h) Privredna komora
 - i) Ostalo (UPISATI) _____

3.5.1.2. Instrumenti

74

U prikupljanju podataka korišćen je upitnik kreiran za potrebe ovog istraživanja, a koji se sastoji od 29 pitanja različitog tipa (otvorenog i zatvorenog). Upitnici su popunjavani kako u elektronskom XLS formatu, tako i u štampanoj formi.

2

3.5.1.3. Obrada podataka

6

Prilikom obrade podataka dobijenih ovim ispitivanjem korišćene su tehnike **deskriptivne statistike** koje uključuje izračunavanje frekvencije i procenta, računanje aritmetičke sredine i standardne devijacije datih odgovora.

Radena je i **ANOVA** (ANOVA - Univarijantna analiza varijanse – matematičko-statistički postupak pomoću koga se testira značajnost razlike između aritmetičkih sredina iz tri i više (pod)uzoraka). Univarijantnom analizom varijanse testirali smo značaj razlike između aritmetičkih sredina (dobijenih na zavisnim varijablama) i između podkategorija svake od nezavisnih varijabli (F koeficijent).

Podaci iz upitnika su obrađeni pomoću kompjuterskog programa **PASW Statistics 18** (naprednije verzije SPSS statističkog softvera).

3.5.2. Karakteristike uzorka

Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 112 ispitanika. Uzorak su činili ispitanici pretežno zaposleni u turističkoj delatnosti, ali ima i zaposlenih u drugim institucijama koji su od izuzetne važnosti za izradu TSA. Pomenuti uzorak je obuhvatio turističke organizacije u Srbiji, hotele, turističke agencije, statističke organizacije, drumski vođeni i vazdušni saobraćaj, fakultete i više škole, razvojne agencije, konsultantske kuće u oblasti turizma, javna preduzeća u oblasti turizma, nacionalne parkove, privredne komore, internet portale, festivale, udruženja i Narodnu banku.

Većinu ispitanika činili su ispitanici iz Beograda (njih 48%), dok je drugi po zastupljenosti bio region Zapadne Srbije sa 19% ispitanika. Uzorak po regionima je iznosio: Južna Srbija 7%, Centralna Srbija 10%, Istočna Srbija 5%, Zapadna Srbija 19%, Vojvodina 11%, i Beograd 48%.

U tabeli br.8-21. se vidi da su ispitanici u uzorku većinom bile žene sa 63%, a muškarci su zastupljeni sa 37%. U pogledu starosne strukture 31% uzorka su činili zaposleni preko 41 godine starosti, 32% je onih koji su između 31-40 godina starosti i 37% ispitanika je imalo između 21-30 godina starosti.

U pogledu radnog staža, 30% ispitanika ima 16 i više godina radnog staža, 34% ima između 6 i 15 godina, a 36% ima do 5 godina radnog staža.

U uzorku po stručnoj spremi najviše je bilo onih koji su završili fakultet (55%), onih koji su završili magistraturu i doktorat (24%) i sa srednjom i višom školom (21%) u ukupnom uzorku.

Prema poziciji u organizaciji, najveći broj je onih koji su obavljali funkciju srednjeg nivoa menadžmenta 36%, top menadžmenta/direktora 17%, izvršilaca poslova 29% i nižeg nivoa menadžera 14%. Prema strukturi organizacije u uzorku je učestvovalo 46% privatnih organizacija, 54% državnih.

Prema tipu organizacije u uzorku je bilo 46% privatnih i 54% državnih preduzeća. Kada je reč o delatnosti u kojoj posluju organizacije u uzorku je najviše bilo zastupljeno zaposlenih iz delatnosti turizma 83%, dok je samo 12% bilo iz ostalih delatnosti.

U uzorku je bilo zaposlenih iz turističkih organizacija 29%, hotela 20%, turističkih agencija 17%, statističkih organizacija 4%, avio kompanija 2%, Narodne banke 2%, dok je pod kategorijom ostalo 25% bilo zaposlenih na fakultetima i višim školama iz oblasti turizma, konsultantskih kuća, razvojnih agencija, privrednih komora, itd.

Tabela br.3-21.Struktura uzorka

	Procentat
POL	muški 37%
	ženski 63%
GODINE STAROSTI	41 i više godina 31%
	31-40 godina 32%
	21-30 godina 37%
GODINE RADNOG STAŽA	16 i više godina 30%
	6-15 godina 34%
	do 5 godina 36%
REGION	Južna Srbija 7%
	Centralna Srbija 10%
	Istočna Srbija 5%
	Zapadna Srbija 19%
	Vojvodina 11%
	Beograd 48%
OBRAZOVANJE	magistratura i doktorat 24%
	fakultet 55%
	srednja i viša škola 21%
POZICIJA U ORGANIZACIJI	izvršilac poslova 29%
	nizi nivo menadžera 14%
	srednji nivo menadžera 36%
	top menadžer/direktor 17%
	nije navelo 4%
TIP ORGANIZACIJE	privatna 46%
	državna 54%
DELATNOST	ostalo 12%
	u delatnosti turizma 83%
	nije navelo 5%
ORGANIZACIJA	turističke organizacije 29%
	ministarstva 1%
	narodna banka 2%
	statističke organizacije 4%
	turističke agencije 17%
	avio kompanije 2%
	hoteli 20%
	ostalo 25%

Grafik br.3-15. Struktura uzorka na kome je sprovedeno istraživanje

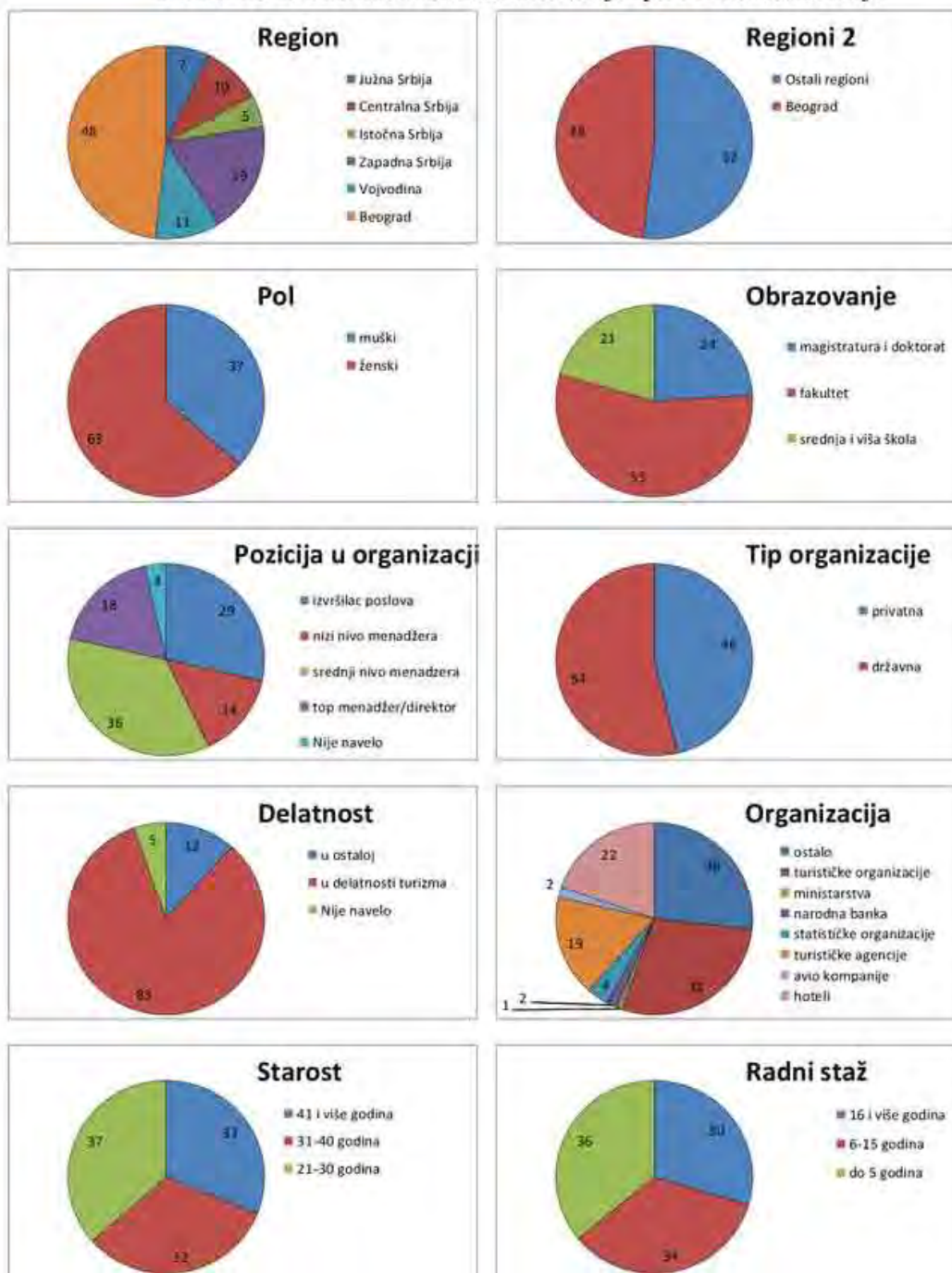


Tabela br.3-22. Lista organizacija koje su učestvovala u istraživanju:

A hoteli	Turistička agencija TUI Reise Center
Aerodrom Nikola Tesla	Turistička agencija Fly Fly
Air Serbia	Turistička agencija Amos travel
Specijalna bolnica Bujanovačka Banja	Turistička agencija Argus Turs
Consulting agencija	Turistička agencija Big Blue
Danubia Park Srebno Jezero	Turistička agencija Dunav Tours
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet	Turistička agencija Eps Turs
Elit Tours Zlatibor	Turistička agencija Kalodukas
EXIT festival	Turistička agencija Kontiki
Fakultet za turizam i hotelijerstvo Vrnjačka Banja	Turistička agencija Lui Travel
Amadeus rezervacioni sistem	Turistička agencija Odeon
Fontana Vrnjačka Banja	Turistička agencija Travel Expert
Horwath Consulting	Turistička agencija Viva travel
Hotel Čigota	Turistička agencija Zlateks
Hotel Crown Plaza Beograd	Turistička organizacija Apatin
Hotel Falkensteiner	Turistička organizacija Arandjelovac
Hotel Galleria Subotica	Turistička organizacija Beograd
Hotel Hayatt	Turistička organizacija Bogatić
Hotel Holiday Inn	Turistička organizacija Bor
Hotel Idila Zlatibor	Turistička organizacija Ivanjica
Hotel Metropol	Turistička organizacija Kragujevac
Hotel Mona Zlatibor	Turistička organizacija Kraljevo
Hotel Olimp Zlatibor	Turistička organizacija Leskovac
Hotel Palisad Zlatibor	Turistička organizacija Lučani
Hotel Park Novi Sad	Turistička organizacija Majdanpek
Hotel Premier aqua	Turistička organizacija Mali Zvornik
Hotel Prezident	Turistička organizacija Niš
Hotel Squarenine	Turistička organizacija Novi Bečaj
Hotel Vila Drina	Turistička organizacija Novi Sad
Hotel Zira	Turistička organizacija Pirot
Javno Preduzeće Stara Planina	Turistička organizacija Pozega
Jugoslovensko rečno Brodarstvo	Turistička organizacija Raska
Kancelarija za lokalni ekonomski razvoj Vranje	Turistička organizacija Sjenica
Kraljevi konaci Zlatibor	Turistička organizacija Srbije
Lasta	Turistička organizacija Subotica
Mečavnik - Mokra Gora	Turistička organizacija Valjevo
Menadžment i konsalting	Turistička organizacija Vojvodine
Ministarstvo privrede Vlade republike Srbije	Turistička organizacija Vranje
MK Resort Kopaonik	Turistička organizacija Vrnjačka Banja
Nacionalni park Djerdap	Turistička organizacija Zaječar
Nacionalni park Tara	Turistička organizacija Zlatibor
Narodna Banka	Turistička organizacija Palić
Turističko sportski centar Zlatar	Turistički info centar
Privredna komora Srbije	Udruženje turizmologija Srbije
JP Putevi Srbije	Educons Univerzitet Sremska Kamenica
Regionalna privredna komora Niš	Visoka turistička škola strukovnih studija Beograd
Regionalna razvojna Agencija Kolubara	Visoka hotelijerska škola Beograd
Regionalna razvojna Agencija Srem	Vojne ustanove Tara
Regionalna razvojna agencija Zlatibor	Web portal Super odmor
Republički zavod za statistiku Srbije	YUTA
Sekretarijat za privredu Beograd	Zavod za informatiku i statistiku gradske uprave Grad Beograd
Turistička organizacija Smederevo	Železnice Srbije
Turistička Travel House	

3.5.3. Rezultati istraživanja

I deo – Stavovi prema turizmu u Srbiji

Rezultati istraživanja ukazuju da anketirani zaposleni većinski (75%) smatraju da turizam ima značajnu ulogu u privredi naše zemlje što se i vidi na grafiku br.3-16. Ovakva ocena je i očekivana s obzirom da je većina ispitanika u uzorku zaposlena u turizmu. Glavni razlozi zašto 25% zaposlenih smatra da turizam nema značajan uticaj na privredu je malo učešće turizma u BDP-u, nedovoljna razvijenost turizma kao i ulaganja koja su ocenjena kao stihijska i mala.

Grafik br.3-16. Stav zaposlenih u turizmu i drugim delatnostima prema uticaju turizma na privredu Srbije



Izvor: sopstveni obračun

Procene su da direktni doprinos turizma BDP-u Srbije iznosi 2,1% u 2014. godi²⁸⁰ iznosi 78,5 milijardu dinara, što svakako ne predstavlja značajan uticaj na privredu zemlje. Međutim, ono što je značajno je to što Srbija iz godine u godinu beleži rast prihoda od turizma kao i učešće u ukupnom BDP.²⁸⁰

Procena direktno zaposlenih u turizmu u 2014. godini iznosi 35.000 i predstavlja 2,6% ukupno²⁸¹ zaposlenih u Srbiji. Takođe, uočena je i tendencija blagog rasta broja zaposlenih u turizmu iz godine u godinu. S obzirom da je sektor usluga najveći po strukturi i predstavlja 62,2% ukupnog BDP-a i da zaposleni u sektoru usluga čine 66,6% ukupno zaposlenih u Srbiji, turizam kao uslužna delatnost svakako ima razvojni potencijal u našoj zemlji.²⁸¹

²⁸⁰ WTTC. (2014) *Travel& Tourism. Economic impact 2014 Serbia*. str.1-5.

²⁸¹ Privredna Komora Srbije. (2011.), *Brošura Srbija Vaš poslovni partner* Beograd. str.8. www.pks.rs

Na grafiku br.3-17. se vidi procena nivoa razvijenosti turizma u našoj zemlji. Većina ispitanika 58% smatra da je dostignut nivo razvoja turizma srednji, 38% smatra da je nizak a 3% smatra da je veoma nizak.

Grafik br.3-17.Stav zaposlenih u turizmu i drugim delatnostima o dostignutom nivou razvoja turizma u Srbiji



Izvor: sopstveni obračun

Moglo bi se reći da je trenutno dostignut stepen razvoja turizma u Srbiji nizak a turistički potencijali nedovoljno iskorišćeni i valorizovani.

Turizam nikada nije bio glavna tema razvojne ekonomske politike Srbije dok su druge države sa sličnim ili istim potencijalom razvijale turističku delatnost i tako se uvrstile među značajne turističke zemlje.²⁸²

Kao što se vidi u narednim tabelama br.3-23. i br.3-24. postoji statistički značajna razlika u proceni dostignutog stepena razvoja turizma u Srbiji između zaposlenih direktno u turizmu i zaposlenih u drugoj delatnosti. Na osnovu statističke analize koja je rađena (analiza varijanse - ANOVA) vidi se da ostali zaposleni ocenjuju stepen razvoja turizma kao nizak dok zaposleni u delatnosti turizma ocenjuju stepen razvoja turizma kao srednji. Odnosno, podaci pokazuju da zaposleni iz druge grupe delatnosti ocenjuju statistički značajno lošije dostignut stepen razvoja turizma u našoj zemlji. Ova razlika je statistički značajna na nivou pouzdanosti od 0,05.

²⁸² Vlada Republike Srbije (2006) *Strategija razvoja turizma*. Beograd. str.1-4.

Tabela br. 3-23. Razlike u stavu zaposlenih u turizmu u odnosu na ostale zaposlene o dostignutom nivou razvoja turizma u Srbiji

	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Standardna greška merenja	95% Interval pouzdanosti za AS		Minimum	Maksimum
					Donji prag	Gornji prag		
Zaposleni u delatnosti turizma	93	3.37	0.547	0.057	3.25	3.48	2	5
Ostali	13	3.69	0.630	0.175	3.31	4.07	3	5
Total	106	3.41	0.565	0.055	3.30	3.51	2	5

Izvor: sopstveni obračun

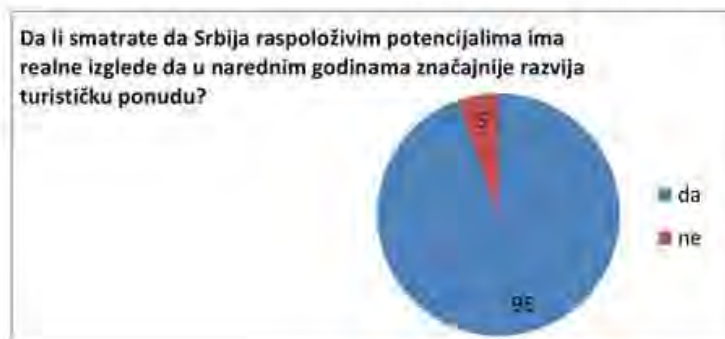
Tabela br. 3-24. ANOVA

	Suma kvadrata	df	Srednja vrednost kvadrata	F	Nivo značaja
Između grupa	1.2	1	1.217	3.915	0.049
Unutar grupa	32.3	104	0.311		
Total	33.6	105			

Izvor: sopstveni obračun

Iako su ocenili dostignut nivo razvoja turizma niskim, ispitanici su dosta optimistični u pogledu toga da Srbija sa raspoloživim potencijalima ima realne izgleda da u narednim godinama značajnije razvije turističku ponudu. Čak 95% njih je optimistično u pogledu budućnosti turizma u Srbiji što se vidi na grafiku br.3-18.

Grafik br. 3-18. Stav zaposlenih u turizmu i ostalim delatnostima o budućnosti turizma u Srbiji



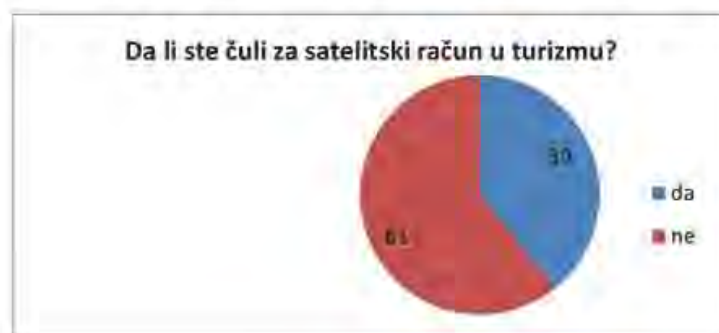
Izvor: sopstveni obračun

Srbija sa svojim strateškim potencijalom, prirodnim resursima, istorijskim nasleđem, nudeći različite turističke proizvode sasvim sigurno ima dobre mogućnosti da u narednim godinama razvije turizam u dobrom pravcu. U prilog tome ide i sve veći broj dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista.

II deo – Obaveštenost o satelitskom računu turizma

Rezultati istraživanja ukazuju da je mali broj zaposlenih u uzorku upoznat sa satelitskim računom turizma samo 39% ispitanika poseduje saznanje o satelitskom računu u turizmu što se vidi u tabeli br. 3-25. Među onima koji znaju za TSA znatno je više ispitanika u Beogradu, nego u drugim regijama u Srbiji kao i starijih od 40 godina što je i prikazano u tabeli br. 3-25. Od 112 ispitanika u uzorku 44 je odgovorilo da ima saznanja o satelitskom računu turizma (39%). Među ispitanicima koji imaju saznanja o TSA, 52% pripada državnim preduzećima a privatnim 48% i predstavljeno je u tabeli br.3-25.

Grafik br. 3-19. Upoznatost sa satelitskim računom turizma



Izvor: sopstveni obračun

Rezultati istraživanja ukazuju na to da je veoma mali broj onih koji imaju saznanja o satelitskom računu turizma, iako veliku većinu u uzorku predstavljaju zaposleni u turizmu (83%). Uzorkom su većinom obuhvaćeni direktno zaposleni u turističkoj delatnosti kao i oni zaposleni koji su od značaja za TSA istraživanje (statističke organizacije, Narodna banka, univerziteti, privredna komora, regionalne razvojne agencije, konsultantske kuće). Treba imati u vidu da bi ovaj procenat bio daleko niži da je istraživanje sprovedeno na širem slučajnom uzorku koji bi obuhvatio i druge delatnosti. U tabeli br.3-25. se vidi da je najviše onih koji su čuli za TSA iz Beograda (64%), zatim Zlatiborski okrug(18%), od ukupnog broja obaveštenih o TSA. Može se reći da skoro uopšte nisu obavešteni o TSA zaposleni u regionima Istočne i Južne Srbije.

Tabela br. 3-25. Razlike u pogledu obaveštenosti o TSA s obzirom na region, godine starosti, radni staž i tip organizacije

REGION	Ukupni uzorak Procenat	Oni koji imaju saznanja o TSA Procenat
Južna Srbija	7%	2%
Centralna Srbija	10%	7%
Istočna Srbija	5%	0%
Zapadna Srbija	19%	18%
Vojvodina	11%	9%
Beograd	48%	64%
Ukupno	100%	100%
GODINE STAROSTI		
41 i više godina	31%	45%
31-40 godina	32%	34%
21-30 godina	37%	21%
Ukupno	100%	100%
TIP ORGANIZACIJE		
Državna	38%	52%
Privatna	62%	48%
Ukupno	100%	100%
ORGANIZACIJA		
ostalo	27%	34%
turističke organizacije	29%	20%
ministarstva	1%	2%
narodna banka	2%	2%
statističke organizacije	4%	9%
turističke agencije	17%	7%
avio kompanije	2%	5%
hoteli	20%	21%
Ukupno	100%	100%
POZICIJA U ORGANIZACIJI		
top menadžer/direktor	29%	24%
srednji nivo menadžera	14%	42%
nizi nivo menadžera	36%	12%
izvršilac poslova	18%	22%
Ukupno	100%	100%

Izvor: sopstveni obračun

Ako posmatramo udeo onih koji imaju saznanja o TSA u ukupnom primećujemo da su predstavnici ministarstva privrede Vlade republike Srbije i statističke organizacije najviše upoznate sa TSA što je i očekivano.

Informisanost o metodologiji koja služi u izradi satelitskog računa turizma je među onima koji imaju saznanja o satelitskom računu dosta niska. Na grafiku br. 3-20 se vidi da je šezdeset procenata onih koji imaju saznanja o satelitskom računu turizma zna jako malo ili niš. **135** ovoj metodologiji, jedna trećina je donekle upoznata (34%), a 5% je veoma dobro upoznato, **medutim treba imati u vidu da je to 1.7%** u ukupnom uzorku (svih anketiranih) i predstavljaju zaposlene u statističkim organizacijama. Ovo je veoma zabrinjavajuće s obzirom da uzorak čine pretežno zaposleni u turističkoj delatnosti.

Grafik br.3-20. Informisanost sa metodologijom izrade satelitskog računa



Izvor: sopstveni obračun

Rezultati istraživanja pokazuju da kada se posmatra informisanost sa metodologijom izrade TSA srednja vrednost iznosi 2,83 što je približno 3, to ukazuje da i oni ispitanici koji tvrde da su donekle informisani sa ovom metodologijom ustvari znaju jako malo o njoj (Tabela br.3-26)

Tabela br.3-26. Informisanost sa metodologijom izrade satelitskog računa među onima koji su za upoznati sa satelitskim računom u turizma

	Procenat	AS [*]	SD ^{**}
1-Veoma dobro sam informisana/a sa ovom metodologijom	6%	2.83	0.92
2-Donekle sam informisan/a sa ovom metodologijom	34%		
3-Znam jako malo o ovoj metodologiji	31%		
4-Ne znam ništa o ovoj metodologiji	29%		
Ukupno	100%		

Izvor: sopstveni obračun

Tabela br.3-27. Informisanost sa metodologijom izrade satelitskog računa u turizmu prema strukturi organizacije

		Da li ste informisani sa metodologijom koja služi u izradi satelitskog računa turizma?
		AS [*]
hoteli	privatni	2.8
turističke agencije	državne	2.0
	privatne	3.0
statističke organizacije	državne	1.7
narodna banka	državna	2.0
turističke organizacije	državna	3.1
saobraćaj	državni	2.0
saobraćaj	privatno	4.0
obrazovanje	državno	2.5
obrazovanje	privatno	4.0
Konsultantske kompanije	privatni	3.0
javno preduzeće	državno	4.0
privredne komore	državna	1.0

Izvor: sopstveni obračun

*AS – Aritmetička sredina odgovara uzorku ispitanika

**SD – Standardna devijacija (apsolutna mera disperzije odgovora na datom pitanju u uzorku, objašnjava koliko u proseku odgovori ispitanika odstupaju od aritmetičke sredine).

Sa metodologijom su veoma dobro su upoznati predstavnici privredne komore (srednja vrednost 1), statističke organizacije (srednja vrednost 1,7), što je i očekivano jer su zaposleni u ovim organizacijama angažovani na izradi i razvoju TSA. Donekle su upoznata državna preduzeća za prevoz putnika (srednja vrednost 2), Narodna banka (srednja vrednost 2), a nimalo nisu upoznati sa metodologijom ispitanici iz javnih preduzeća (srednja vrednost 4), privatnih fakulteta i viših škola (srednja vrednost 4) i privatni prevoznici (srednja vrednost 4).

Može se reći da su rezultati istraživanja o informisanosti sa metodologijom TSA pokazali da je među zaposlenima koji su čuli za TSA, veoma malo onih koji poznaju ovu metodologiju. To proističe kao posledica nedovoljne obaveštenosti zaposlenih u turističkoj delatnosti o TSA uopšte. Potrebno je dodatno obrazovati zaposlene kako u privatnim tako i u državnim institucijama i širiti znanja iz ove oblasti.

Rezultati pokazuju da je upoznatost sa simuliranim satelitskim računom za Srbiju koji je razvio WTTC (World Travel & Tourism Council) veoma niska (34%) od ukupnog broja onih ispitanika koji imaju saznanja o TSA.

Grafik br. 3-21. Upoznatost sa simuliranim satelitskim računom u Srbiji



Izvor: sopstveni obračun

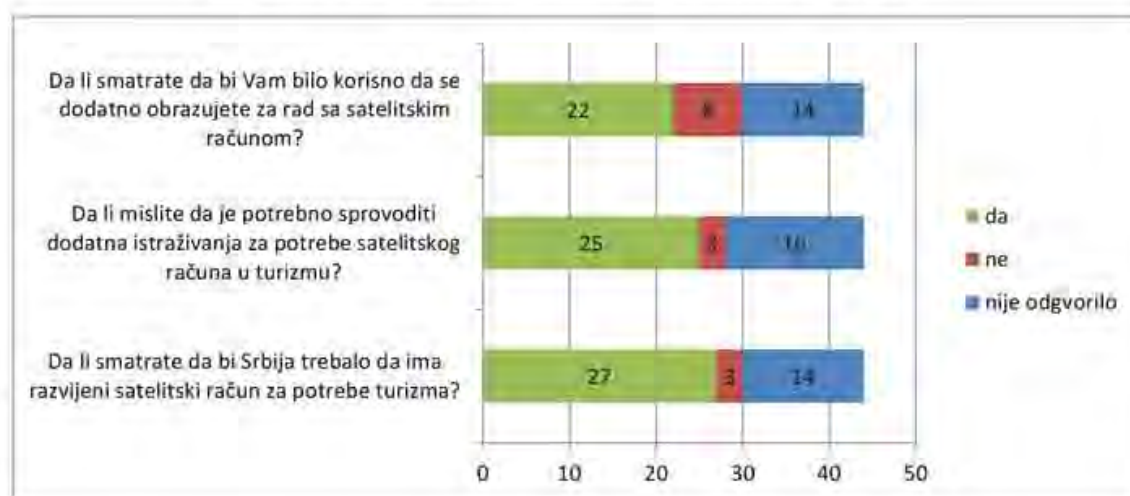
Treba imati u vidu da oni koji nisu odgovorili na ovo pitanje nisu upoznati sa metodologijom TSA. Samo 13% zaposlenih u ukupnom uzorku obavešteno da je Svetski savet za putovanja i turizam (*World Travel and Tourism Council – WTTC*) i *Oxford Economics* razvili „Simuliranu metodologiju satelitskog računa turizma za Srbiju“. Potrebno je naglasiti da su to uglavnom bili zaposleni koji su bili prisutni na prezentaciji ovog projekta 30.embra 2013. godine u Turističkoj Organizaciji Srbije u Beogradu. Rezultat ovog projekta je izveštaj „Serbia

Travel & Tourism – Development Potential 2011-2023.²⁸³ S obzirom na nizak procenat onih koji su obavešteni može se izvesti zaključak o nedovoljnoj informisanosti zaposlenih u turističkoj delatnosti.

III deo – Identifikacija potreba za satelitskim računom u turizmu

Na grafiku br.3-22. se vidi da 61% ispitanika smatra da bi Srbija trebalo da ima razvijeni satelitski račun za potrebe turizma, a 57% smatra da je potrebno sprovesti dodatna istraživanja u svrhu TSA. Polovina ispitanika 50% koji imaju saznanja o TSA, smatraju da bi bilo korisno da se dodatno obrazuju za rad sa satelitskim računom.

Grafik br.3-22. Potrebe za satelitskim računom turizma u Srbiji



Izvor: sopstveni obračun

Može se zaključiti da je neophodno dodatno obrazovati zaposlene u turističkim delatnostima o TSA, na šta ukazuju i dobijeni rezultati istraživanja. Takođe je veoma važno osposobiti zaposlene u turističkoj delatnosti za potrebe rada sa satelitskim računom, kao i pratiti konstantna usavršavanja iz ove oblasti kroz seminare, predavanja, kurseve i razne stručne obuke. Od izuzetnog značaja je i obrazovanje kako zaposlenih tako i studenata na fakultetima i višim

²⁸³ <http://www.srbija.travel/predstavljen-projekat-simulirana-metodologija-satelitskih-racuna-za-istrazivanje-i-analizu-turistickog-trizata-u-srbiji/>

školama o novom načinu obračuna ekonomskog uticaja turizma na privredu zemlje uz međunarodno priznatu metodologiju i standarde.

Rezultati istraživanja ukazuju da 20% ispitanika smatra da država nije stvorila sve preduslove za uvođenje TSA u Srbiju (grafik br.3-23.), 36% smatra da je država stvorila neke od preduslova, dok 41% nije odgovorilo na ovo pitanje. Svega 2% ispitanika smatra da je država stvorila sve preduslove.

Grafik br. 3-23. Postojanje preduslova za uvođenje TSA u Srbiji

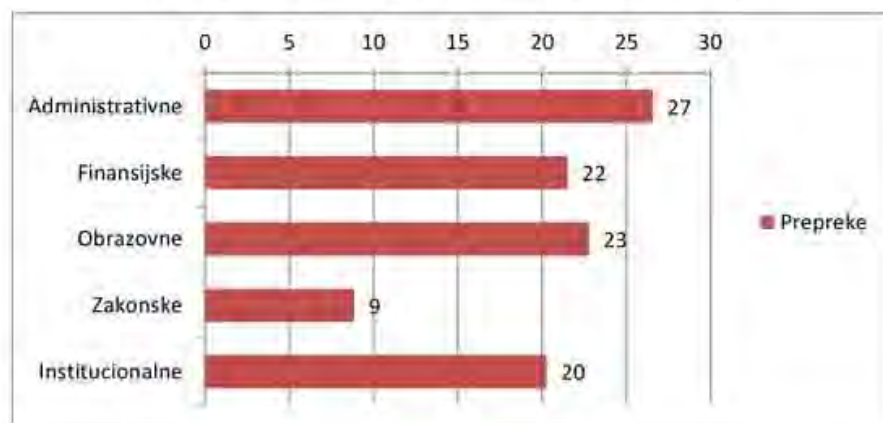


Izvor: sopstveni obračun

Republički zavod za statistiku Srbije je prikazao 2009. godine prve četiri tabele TSA sa podacima iz 2007. godine ali se sa tim istraživanjima nije nastavilo, pa se može reći da se u proteklom vremenu radilo na razvijanju i usavršavanju postojećeg stanja statistike turizma u Srbiji.

Percipirane prepreke za uvođenje TSA u Srbiji su po mišljenju ispitanika brojne. Prepreke su: administrativne, finansijske, obrazovne, zakonske i institucionalne. Na grafiku br.3-24. se vidi da su najveće prepreke administrativne (27%), obrazovne (23%), finansijske (22%), i institucionalne(20%).

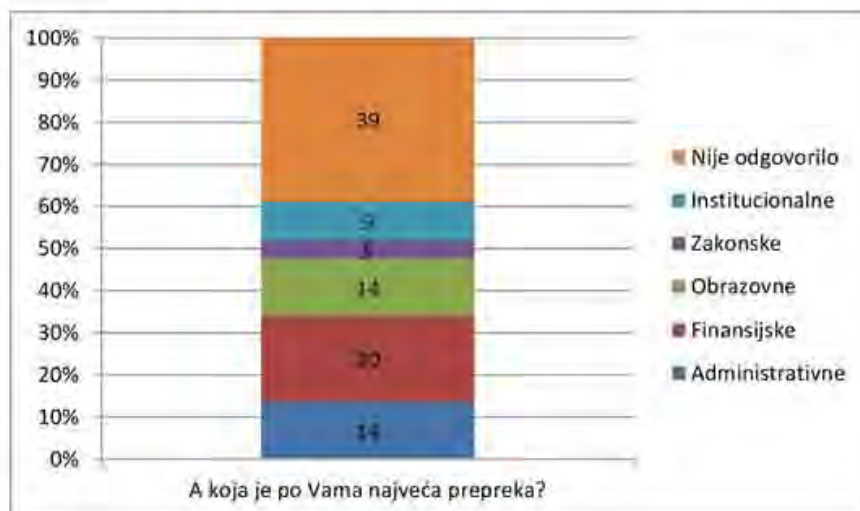
Grafik br.3-24. – Prepreke za uvođenje TSA u Srbiji



Izvor: sopstveni obračun

Ipak, kada je trebalo izdvojiti najveću prepreku, dobijeno je da je to finansijska 20% (mada ne treba ni zanemariti da 39% ispitanika nije umelo da odabere najveću prepreku). Treba napomenuti da su to oni ispitanici koji nikada nisu upoznati sa TSA pa se zato nisu ni izjašnjavali. Nakon finansijskih prepreka podjednako su navodene obrazovne i administrativne (14%) zatim zakonske (5%), koje su predstavljene na grafiku br.3-25.

Grafik br. 3-25. Najveća prepreka za uvođenje TSA u Srbiji



Izvor: sopstveni obračun

Da bi se TSA razvio u potpunosti potrebno je obezbediti sve preduslove za njegovo uvođenje. Sigurno je finansijska prepreka jedna od vodećih za uvođenje TSA u zemljama u razvoju. Da bi se TSA razvio u Srbiji neophodno je uskladiti statističke standarde sa međunarodnom metodologijom TSA:RMF 2008 i razviti input-output tabele za Srbiju. Takođe potrebno je obrazovati zaposlene koji bi radili na razvijanju satelitskih računa turizma, postaviti administraciju tako da sve institucije koje bi bile uključene u izradu TSA dostavljaju blagovremene i ažurne podatke, uskladiti regulative sa onima koje su preporučene u metodologiji, vršiti istraživanja koja se do sada nisu sprovodila a ona zahtevaju i dodatna finansijska sredstva. Pored svega navedenog potrebno je i da donosioci odluka prepoznaju prednosti uvođenja TSA i njegove upotrebe.

IV deo – Doprinos i efekti satelitskog računa u turizmu

Polovina ispitanika (50%) koji imaju saznanja o satelitskom računu turizma smatra da je on Srbiji i neophodan, jedna trećina (34%) nije odgovorila na ovo pitanje a 16% se izjasnilo da TSA nije neophodan Srbiji.

Grafik br. 3-26. Neophodnost uvođenja TSA u Srbiji



Izvor: sopstveni obračun

Da bi Srbija bila konkurentna sa ostalim zemljama na turističkom tržištu potrebno je da ima razvijen TSA, jer najpreciznije može da utvrdi doprinos turizma na privredu zemlje. Obzirom da Srbija iz godine u godinu ostvaruje rast delatnosti turizma bilo bi korisno razviti satelitski račun turizma za Srbiju i unaprediti nacionalnu statistiku turizma uz primenu međunarodne metodologije i standarda. Kada su zaposleni upitani da li znaju neki drugi jednako dobar alternativni način koji meri uticaj turizma na privredu zemlje, samo je 9% onih koji su upoznati sa TSA odgovorilo i navelo alternativne načine (SWOT analizu i multiplikativni efekat).

Grafik br.3-27. Poznavanje alternativnih načina merenja uticaja turizma na privredu



Izvor: sopstveni obračun

Do sada se TSA pokazao kao najbolji način merenja uticaja turizma na nacionalnu ekonomiju, i on je kao takav međunarodno prihvaćen i priznat. TSA se primenjuje u mnogim zemljama širom sveta koje su prepoznale svoj potencijal za razvoj turizma. TSA je sveobuhvatan metod koji je baziran na sistemu nacionalnih računa SNA tj. input – output tabelama. Međutim moguće je proširiti TSA i na druge modele za merenje uticaja turizma poput matrice društvenog računovodstva (*Social Accounting Matrix- SAM*) i model opšte ravnoteže (*Computable General Equilibrium Model – CGE*) koji će u radu biti objašnjeni kasnije.

Rezultati istraživanja ukazuju 54% ispitanika smatra da je doprinos od TSA da obezbedi bolji uvid u doprinos turizma BDP-u, a 50% smatra da TSA služi da se identifikuju one delatnosti koje su povezane sa turizmom. TSA će obezbediti uvid u doprinos turizma BDP-u i zaposlenosti kao i to da se turizam precizno izmeri da bi bio uporediv sa drugim delatnostima. Pored svega navedenog TSA doprinosi i boljem razumevanju vrednosti tržišta turističkih usluga u Srbiji. Može se reći da sve gore navedeni doprinosi od TSA su podjednako važni.

Grafik br.3-28. Doprinos TSA



Izvor: sopstveni obračun

U tabeli br. 3-28. se jasno vidi da je percepcija da će TSA najviše doprineti uvidu u doprinos turizma BDP-u (srednja vrednost 1,46), zatim slede identifikacija delatnosti koje su povezane sa turizmom (srednja vrednost 1,5) i bolje razumevanje vrednosti tržišta turizma u Srbiji (srednja vrednost 1,56) u Srbiji.

Tabela br.3-28. Doprinosi TSA (prosečna vrednost na skali)

	AS*	SD**
obezbediti uvid u doprinos turizma BDP-u	1.46	0.64
identifikovati one delatnosti koje su povezane sa turizmom	1.50	0.60
obezbediti bolje razumevanje vrednosti tržišta turističkih usluga u Srbiji	1.56	0.59
obezbediti da turizam kod nas bude precizno izmeren i uporediv sa drugim privrednim delatnostima	1.60	0.73
obezbediti sveobuhvatnu analizu turističke privrede u Srbiji	1.81	0.71

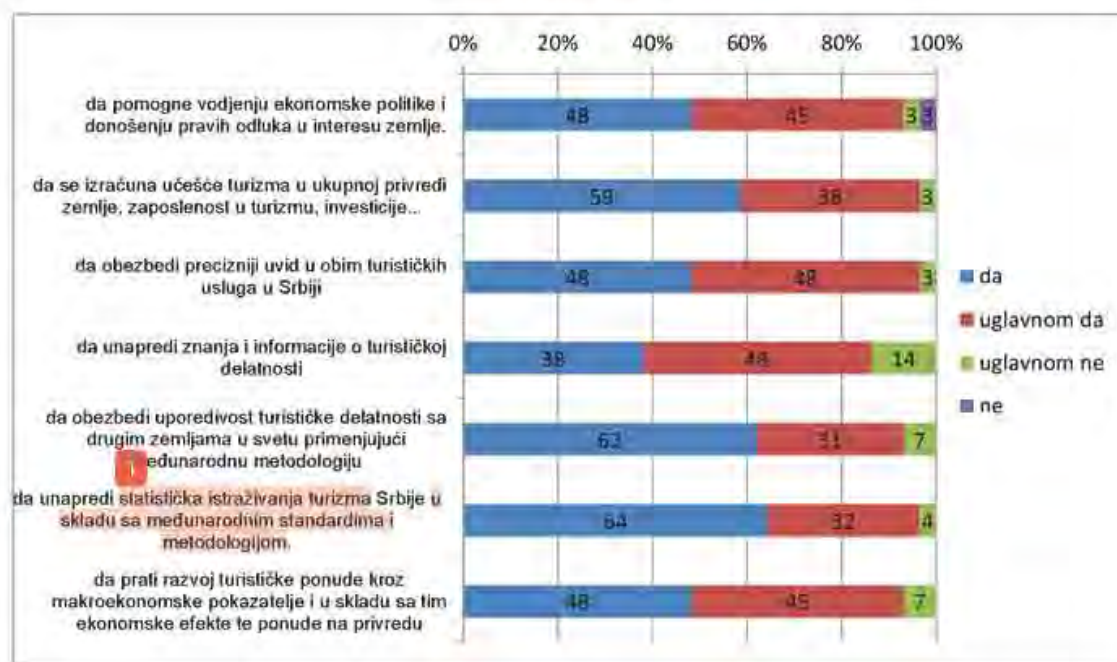
Izvor: sopstveni obračun

*AS – Aritmetička sredina odgovara uzorku ispitanika

**SD – Standardna devijacija (apsolutna mera disperzije odgovora na datom pitanju u uzorku, objašnjava koliko u proseku odgovori ispitanika odstupaju od aritmetičke sredine)

Rezultati istraživanja ukazuju da prilikom ocenjivanja efekata od uvođenja TSA u Srbiju 64% zaposlenih smatra da je to unapređenje statističkih istraživanja turizma Srbije u skladu sa međunarodnim standardima i metodologijom, a 62% smatra da je to uporedivost turističke delatnosti sa drugim zemljama u svetu primenjujući međunarodnu metodologiju. Na grafiku br.3-29. prikazani su najveći efekti od uvođenja i primene satelitskog računa turizma u Srbiji.

Grafik br.3-29. Efekti TSA



Izvor: sopstveni obračun

U tabeli br. 3-29. se vidi da je najveći efekat koji se očekuje od uvođenja TSA po mišljenju zaposlenih(64%) je da se unaprede statistička istraživanja turizma Srbije (srednja vrednost je 1,35) u skladu sa međunarodnim standardima i metodologijom. Zatim 64% smatra da je najveći efekat od uvođenja TSA u Srbiju da se obezbedi uporedivost turističke delatnosti sa drugim zemljama u svetu.

Tabela br. 3-29. Efekti TSA (prosečna vrednost na skali)

	AS*	SD**
da unapredi statistička istraživanja turizma Srbije u skladu sa međunarodnim standardima i metodologijom.	1.35	0.53
da se izračuna učešće turizma u ukupnoj privredi zemlje, zaposlenost u turizmu, investicije.	1.39	0.59
da obezbedi uporedivost turističke delatnosti sa drugim zemljama u svetu primenjujući međunarodnu metodologiju	1.39	0.63
da obezbedi precizniji uvid u obim turističkih usluga u Srbiji	1.45	0.55
da prati razvoj turističke ponude kroz makroekonomske pokazatelje i u skladu sa tim ekonomske efekte te ponude na privredu	1.49	0.60
da pomogne vođenju ekonomske politike i donošenju pravih odluka u interesu zemlje	1.60	0.77
da unapredi znanja i informacije o turističkoj delatnosti	1.63	0.66

Izvor: sopstveni obračun

Pomoću TSA Srbija bi mogla da unapredi statistička istraživanja u turizmu u skladu sa međunarodnim standardima i metodologijom, kao i da izračuna učešće turizma u ukupnoj privredi zemlje, zaposlenost u turizmu i investicije. Zatim da unapredi znanja i informacije o turističkoj delatnosti kao i da obezbedi uporedivost turističke delatnosti sa drugim zemljama u svetu primenjujući međunarodnu metodologiju. TSA služi i da pomogne vođenju ekonomske politike i donošenju odluka u interesu zemlje.

* AS – Aritmetička sredina odgovora uzorku ispitanika

** SD – Standardna devijacija (apsolutna mera disperzije odgovora na datom pitanju u uzorku, objašnjava koliko u proseku odgovori ispitanika odstupaju od aritmetičke sredine)

4. SATELITSKI RAČUN TURIZMA KAO PODLOGA EKONOMSKE POLITIKE, OGRANIČENJA I PROŠIRENJE NA DRUGE MODELE

4.1. TSA i uticaj turizma na ekonomsku politiku

Ekonomska politika predstavlja skup mera i instrumenata države, kojima se usmeravaju privredni subjekti radi ostvarenja određenih ekonomskih ciljeva. Odluke kreatora ekonomske politike utiču na blagostanje svih pojedinaca u društvu. Ekonomska politika ima za cilj da objasni kako bi kreatori ekonomske politike trebalo da reaguju u odnosu na specifične ekonomske situacije.

Sasvim je sigurno da uspešna i efikasna ekonomska politika predstavlja faktor koji utiče na ubrzanje privrednog razvoja i rast blagostanja svake društvene zajednice, isto kao i to da se bez ispunjenja određenih sistemskih pretpostavki ne može samostalno mnogo toga učiniti.

Pri donošenju bilo koje odluke kreatori ekonomske politike polaze od ciljeva koje žele da ostvare. Bez unapred postavljenih ciljeva nema ni ekonomske politike. Subjekti ekonomske politike su oni organi koji imaju pravo da donose ekonomske odluke a to su: Republička vlada, centralna banka, lokalni organi uprave i dr.²⁸⁴

Satelitski računi povezani sa osnovnom sistemom računa (SNA 2008) pružaju razne mogućnosti za evaluaciju određenih pojava i modeliranje sadržaja ciljeva i akcija ekonomske politike. Input-output tabele (medusektorske tabele) prikazuju tokove proizvodnje pojedinih institucionalnih delatnosti namenjenih tekućoj proizvodnji i finalnoj potrošnji. Input-Output tabele prikazuju kruženje reprodukcioni dobara i usluga u privrednom sistemu, što omogućava analizu veličine i strukture direktnih proizvodnih međuzavisnosti svih institucionalnih delatnosti.²⁸⁵

Satelitski račun turizma je prateći račun Sistema nacionalnih računa(SNA) i predstavlja sistem tabele pomoću kojeg se izračunavaju turistički izdaci i prihodi u okviru nacionalne ekonomije. Međunarodno je poznat kao najbolji pristup merenje ekonomskog značaja turizma i veoma je važan izvor informacija za analizu turizma. Metodologija sastavljanja satelitskog računa turizma nalaže da se kategorije turističkih izdataka odnose na potrošnju posetilaca koja je utvrđena anketiranjem ili drugim metodama, dok sagledavanje ponude kroz proizvode i delatnosti karakteristične za turizam mora biti konzistentno sa nacionalnim računima.

8

Potrebno je izdvojiti tri, posebno važne koristi od TSA. Prva je unapređenje pretpostavki za vođenje nacionalne turističke politike i definisanje marketinške strategije. Druga je vezana za

56

²⁸⁴Dimitrijević B., Fabris N. (2007) *Ekonomska politika*. Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, str. 63

²⁸⁵Adžić S. (2006.). *Privredni sistem i ekonomska politika* Ekonomski fakultet Subotica, str. 260-261

usklađivanje nacionalne statistike turizma sa međunarodno priznatom i opšte prihvaćenom statistikom, a treće proizilazi iz povećanja primene turističkih istraživanja u privatnom turističkom sektoru upozoravajući na važnost satelitskog računa turizma i potrebu usklađivanja metoda obračuna direktnog doprinosa turizma između zemalja.²⁸⁶

Istorijski gledano, statistika turizma sve do uvođenja TSA nije obuhvatala detaljna statistička istraživanja koja bi obezbedila sve neophodne informacije za izračunavanje efekata koji turizam ima na ekonomiju zemlje. TSA pomaže da donosioci odluka shvate doprinos turizma privredi. TSA služi kao sredstvo za unapređivanje strateškog menadžmenta i planiranja u industriji turizma. U svojim knjigama OECD opisuje namenu TSA kao načina da se „poboljša efikasnost vođenja turističke politike, kao i da se poboljšaju postojeće mere za procenjene aktivnosti u okviru šireg političkog plana“.²⁸⁷

Satelitski račun turizma (TSA) je veoma koristan za donosiocima odluka (*Decision makers*) u mnogim zemljama. Od izuzetne je važnosti prvenstveno jer se pomoću njega može izračunati direktni doprinos turizma na nacionalnu ekonomiju tj. njegov udeo u bruto domaćem proizvodu (BDP) kao i udeo direktnog uticaja turizma na zaposlenost. Takođe, donosioci odluka su zainteresovani i za procenu drugih aspekata ekonomskih uticaja na turizam korišćenjem podataka iz TSA koji služe za procenu prihoda koje država ima od turističke potrošnje i uključuje indirektno efekte ove potrošnje na privredu. Ovi indirektni efekti „multiplikuju“ uticaje turizma kroz angažovanje dodatnih dobavljača i domaćinstava i stvaranju turističkih izdataka.²⁸⁸ Pored toga, donosioci odluka nastoje da shvate kako će se eksterni i politički izazvani „šokovi“ u privredi uticati na doprinose od turizma.²⁸⁹

Satelitski račun obezbeđuje informacije za analiziranje ekonomskog uticaja turizma i u kojoj meri su one korisne za definisanje novih državnih i privatnih politika o turizmu. Ažurirane statistike igraju važnu ulogu u trenutku definisanja javnih politika za razvoj turizma. Turizam je poslednjih godina postao važan izvor deviznih prihoda i ekonomskog rasta, posebno u zemljama u razvoju. Tačne i ažurirane statistike su i preduslov za poboljšanje mikroekonomskog upravljanja privatnih operatera.

8

²⁸⁶Ivandić, N. i Murašić, Z. (2009). „Je li sustav statistike turizma u Hrvatskoj spreman za izradu satelitskog računa turizma?“, *Turizam*, 29 (57), 2, 185-205.

²⁸⁷Woodside A., Martin D. (2007.), *Tourism management. Analysis, Behaviour and Strategy*. Biddles, Kings Lynn, UK str. 462-467.

²⁸⁸UNWTO (2010.) *Integrating Tourism in Economic Policy: Evidence and Some Proposals*, Madrid, str. 1-4.

²⁸⁹UNWTO (2011.) *Exploring the Full Economic Impact of Tourism Policy Making: Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools* Madrid, Spain str. 2-3.

Korisnost TSA zavisi od zemlje do zemlje i uloge koju ima turizam u njoj. Zemlje sa malom ekonomskom diverzifikacijom i velikim udelom turizma u BDP-u i zaposlenosti primenjuju drugačiju strategiju nego zemlje sa veoma raznovrsnom privredom i malim udelom turizma u BDP-u i zaposlenosti. Definisane i primene strategije u turizmu za ove različite vrste zemalja, dovodi do različitih vrsta potreba za statistikom turizma. Zemlje sa relativno malim učešćem turizma u svojoj privredi ne zavise u velikoj meri od turističkih informacija. Turizam u ovim zemljama nije posebno istaknut, ali prati opšti razvoj kao i mnoge druge industrije iste veličine. Statistika turizma treba da olakša primenu politike i donošenje odluka. U zemljama koje zavise od turizma potrebno je više informacija o turizmu kao i o raznim aspektima koji se odnose na turizam.

Uopšteno, informacije koje je potrebno obezbediti iz satelitskih računa turizma su:²⁹⁰

- Doprinosa turizma ekonomiji zemlje i njegovu poziciju u odnosu na druge delatnosti i poređenje sa drugim zemljama.
- Doprinosa turizma BDP-u, zaposlenost, oporezivanje i direktna i indirektna dodata vrednost turizma na privredu kao i zavisnost privrede o turizmu.
- Identifikovanje onih privrednih grana koje su povezane sa turističkom privrednom granom
- Obezbeđivanje podataka koji se odnose na tražnju posetilaca i da li se oni poklapaju sa domaćom ponudom.
- Unapređenje znanja koja se tiču poslova u turizmu i njihovih karakteristika, oformljavanje korisnih programa za obuku zaposlenih koje su usmerene ka turizmu (npr. hoteli, putničke agencije, rent-a-car firme, servisi za turističke informacije, itd) kao i obezbeđivanje programa neophodnih za podršku i razvoj turizma.

Generalno govoreći, ovi primeri se primenjuju u zemljama koje već imaju razvijen satelitski račun turizma, iako se prethodno navedeni podaci ne moraju nužno pojaviti u svim tabelama rezultata. Proces razvoja TSA je stvorio potrebu za obezbeđivanjem novih podataka. Na primer, dodatnih podataka o troškovima posetioca. TSA baze podataka obezbeđuju neophodne informacije pomoću kojih različiti akteri u sektoru turizma donose odluke koje su od presudnog značaja za ekonomiju i njen budući razvoj.

Na primer, informacije se odnose na:²⁹¹

- Razumevanje različitih formi turizma: dolaznog, odlaznog i domaćeg turizma (po receptivnim i inicijativnim osnovama) i njihove interakcije sa nacionalnom ekonomijom
- Mogućnost usmeravanja troškova turizma po različitim kategorijama posetilaca (međunarodnim i domaćim posetiocima, turistima i dnevnim posetiocima, itd.)

Ovo su samo neki od "alata" koje satelitski račun turizma može da obezbedi za nacionalne turističke administracije (*NTA – National Tourism Administration*) ili turističke organizacije (*National Tourism Organisation*), na taj način što će im omogućiti da usmere politike u određenim oblastima aktivnosti za uspostavljanje veze sa drugim vladinim službama i agencijama, kao što su Nacionalne statističke organizacije (NSO), Centralna banka (CB), odeljenje za imigracije, odeljenje za saobraćaj i sl. Nacionalne turističke organizacije (NTO) trebalo bi da budu najaktivniji učesnik satelitskog računa turizma iz tri ključna razloga:²⁹²

- Prirode njihove jurisdikcije na polju turizma,
- Činjenice da predstavljaju očigledan reper za različite činioce u sektoru turizma;
- Satelitski račun turizma je moćan instrument u smislu formulisanja turističkih politika.

4.2. Interesi donosilaca odluka u turizmu

Nacionalni zakonodavci i zvaničnici vladine uprave imaju široka ovlašćenja u pogledu nacionalnih ekonomija. Oni nastoje da ostvare rast nacionalne ekonomije sa ciljem da se poveća broj radnih mesta i ostvare veći prihodi, bez značajnog povećanja opšteg nivoa cena. Oni mogu da sprovode ciljeve, podsticanjem turističke tražnje, poboljšanjem uslova poslovanja turističke delatnosti, kao i usvajanjem drugih ekonomskih politika koje doprinose razvoju turizma.

²⁹¹ UNWTO Tourism Satellite Account (TSA) Implementation project. Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism, Volume 4 Madrid

²⁹² UNWTO, (2002), *General guidelines for national tourism administrations (NTAs) relative to the development of the tourism satellite account (TSA)*, Madrid, str. 2-3.

Oni ostvaruju cilj uzimajući u obzir sledeće efekte javnih politika, između ostalih:²⁹³

- Značaj od ulaganja u promociju turizma
- Značaj od ulaganja u objekte za posetioce
- Značaj od ulaganja u turističku infrastrukturu
- Značaj politika posetilaca (*Importance of salutary visitor policies*)
- Uticaj na regulatorne odluke turističkih preduzeća (*Effects of regulatory policies on tourism businesses*)
- Značaj partnerstva sa poslovnim korisnicima (*Value of partnerships with business*)
- Povraćaj od ulaganja u razvoj turizma
- Koristi međunarodnih napora i saradnje za razvoj turizma u svetu

TSA može pomoći donosiocima odluka u strateškim izborima, pomažući im da razumeju veličinu i značaj turizma u celini, što obezbeđuje da se osiguraju resursi i finansijska sredstva za nove inicijative turističke politike. Pokazatelji koji proizilaze iz TSA se sve više i više koriste kao ciljevi nacionalnih turističkih politika i dugoročnih strategija. Ovo omogućava donosiocima odluka da pažljivo procene napredak u implementaciji nacionalne strategije turizma (i da razviju kulturu evaluacije). U sve većem broju zemalja, TSA podaci podržavaju kreiranje turističke politike koje se odnose na ekonomsku dimenziju turizma. Glavni interes je da se odredi doprinos turizma bruto domaćem proizvodu (BDP), porez za vladu i ukupnu zaposlenost koju generiše turizam. Tu je i sve veće interesovanje za upotrebu TSA kao platforme za dinamičko modeliranje.²⁹⁴

Pored vladinih zvaničnika, nacionalnih zakonodavaca i turističkih organizacija potencijalni korisnici TSA su i preduzeća. Ona mogu da koriste TSA sa ciljem sticanja znanja o razvoju turizma. Međutim, poslovni korisnici u većini zemalja i dalje ne koriste pun potencijal TSA. Definitivno TSA može svojim korisnicima da donese mnogo više od globalnog razumevanja turizma. TSA može da obezbedi korisne smernice za poslovnu akciju u oblasti turizma i podrži poslovni razvoj i investicione odluke. Ovaj cilj može da se ispuni kroz detaljne podatke koje obezbeđuje TSA, u odnosu na sektore smeštaja, kateringa, turističkih agencija i sektor prevoza, odnosno sve karakteristične delatnosti koje su obuhvaćene satelitskim računom turizma. Satelitski račun turizma podržava politiku analize privatnog sektora za uspostavljanje strategije, za rešavanje problema turističke infrastrukture i tržišta rada. Uglavnom se koristi od strane poslovnih asocijacija za zastupanje, medijske interakcije i za iznošenje stavova u ime

²⁹³ Holloway Ch., (1994.), *The Business of Tourism*. Pitman Publishing London. Adivision of Longman Group. UK. London.

²⁹⁴ OECD. (2010.), *Tourism Trends and Policies*. str. 85-86.

sektora. Takođe, TSA obezbeđuje i podatke u okviru turističke delatnosti kao što su: MICE (sastanci, podsticaji, konvencije i izložbe).²⁹⁵

Takođe, država definiše i mere ekonomske politike među kojima su: politika deviznog kursa, politika cena, politika podsticanja tehnološkog razvoja i slično. Opšte je poznato da svaka zemlja teži da obezbedi povoljniju investicionu klimu kroz finansijske i fiskalne podsticaje i olakšice kako bi obezbedila veći broj investicija u turizam.²⁹⁶

4.3. TSA kao sredstvo za benčmarking analizu

Zajedno sa argumentom međunarodne uporedivosti, kvalitet je još jedan važan razlog da zaštititi i promovise TSA. Reč je o važnoj aktivnosti koja se sprovodi od strane EU i promovise u mnogim zemljama. Da bi zemlje bile međusobno uporedive sve se moraju prilagoditi već pomenutoj standardnoj međunarodnoj metodologiji za izradu TSA (*Tourism Satellite Account Recommended Methodological Framework 2008*).²⁹⁷ Nacionalne statističke organizacije naglašavaju značaj TSA pogotovo one gde se ovaj metod uveliko primenjuje.

Upravo se zbog načina obračuna pomoću TSA mogu identifikovati i one oblasti gde trenutno ne postoje podaci i obezbediti saznanje da je potrebno da se nacionalne organizacije suoče sa ovim problemom kako bi omogućile zemljama da budu međunarodno uporedive. Primena i razvoj TSA je jedan dugoročni projekat rada, koji na kraju treba da omogući da se dode do poboljšanja turističke statistike u celini i obezbede tačniji i obuhvatniji podaci koji služe u obračunu TSA.

Turistički podaci se proveravaju u odnosu na procene koje proističu iz nacionalnih računa tako da postoji uzajamna procena kvaliteta. Kada se podaci o turizmu razlikuju sa npr. podacima iz nacionalnih računa iz oblasti turizma podaci se prilagođavaju. TSA podaci moraju da budu potpuno koherentni sa podacima u okviru nacionalnih računa. U suprotnom, to može imati negativan efekat na kredibilitet nacionalnih računa i TSA. Povratne informacije iz TSA direktno informišu o razvojnim procesima za ključna istraživanja i ulaganja (npr. istraživanja međunarodnih i domaćih putovanja).²⁹⁸

²⁹⁵UNWTO, (2012) *Enhancing tourism competitiveness*. Business Council. Spain. Madrid

²⁹⁶Ćerović S. (2009). *Strategijski menadžment u turizmu*. Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 194-196.

²⁹⁷Eurostat. *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA). Tourism Satellite Account Recommended Methodological Framework*.

²⁹⁸OECD (2010.), *Tourism Trends and Policies*, str. 84-88.

TSA kao sredstvo za benčmarking analizu omogućava međusobnu uporedivost sektora turizma sa ostalim sektorima privrede. U 2011. godini, direktni BDP od putovanja i turizma rangiran je kao šesti u odnosu na druge ključne sektore u Srbiji što je i predstavljeno na grafiku br.4-1.²⁹⁹

Grafik br.4-1, Procentualni udeo po sektorima od ukupnog BDP-a u Srbiji za 2011.godinu



Izvor: RZS i WTTC. *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*.

Kada se poredi u odnosu na određene sektore privrede Srbije, direktan doprinos putovanja i turizma BDP-u (1,8% ukupnog BDP-a privrede) u 2011. godini je zaostajao za pet sektora Srbije. On posebno zaostaje za sektorima obrazovanja i bankarstva. Međutim, sa druge strane on generiše veći BDP nego veliki izvozni sektori, kao što su automobilska i hemijska industrija, čime se naglašava značaj sektora putovanja i turizma kao izvora prihoda u privredi Srbije.

Nasuprot tome, putovanja i turizam su drugi najveći sektor u smislu broja radnih mesta, što je odraz intenzivne zaposlenosti u okviru ovog sektora. U 2011. godini, direktni udeo zaposlenosti u turizmu je iznosio 3.0% i na drugom je mestu samo iza sektora obrazovanja.

²⁹⁹WTTC. *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*, str. 51.

Grafik br.4-2. Zaposlenost po sektorima u Srbiji za 2011. godinu
(% od ukupne zaposlenosti)



Izvor: RZS i WTTC. *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*

U periodu od 2013. godine do 2023. godine, direktni BDP i zaposlenost putovanja i turizma se očekuje da budu najbrže rastući među sektorima koji se porede. Do 2023. godine, se očekuje da se direktni BDP od putovanja i turizma poveća za 2,4% ukupnog BDP-a privrede. Očekuje se da direktna zaposlenost od putovanja i turizma dostigne 3,8%, i iznosi dodatnih 17.100 radnih mesta i da ostane drugi najveći izvor zaposlenosti u Srbiji. U relativnom smislu, to znači da će za svako radno mesto u bankarskom sektoru, biće otvorena četiri radna mesta u sektoru putovanja i turizma, naglašavajući važnost ovog sektora u budućem periodu kao ključnog izvora zaposlenosti.³⁰⁰⁾

³⁰⁰⁾ WTTC. *Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*, str. 51

4.4. Nedostaci u statističkom merenju efekata turizma i problemi u praktičnoj primeni TSA

Očigledno je da nečija dobra volja i želja nije dovoljna da bi se napravila analiza ekonomskih efekata turizma iz kojih će se dobiti precizni i međunarodno uporedivi podaci. Posledično bruto i neto vrednosti turizma, bilo da je reč o nacionalnom, regionalnom ili lokalnom nivou, često su poznate samo u najširim terminima. Napor koji su uložile međunarodne institucije u ovom pogledu čini problem još većim, jer pored korišćenja različitih statističkih serija i izveštaja većina zemalja nema ni sredstva ni kadar za sprovođenje metodologije TSA. Generalno, problemi su sledeći:³⁰¹

1. **Nenaplaćene usluge.** Kod ovih vrsta, usluga faktički nije zabeležena. Plaćanje je obavljeno u obliku reciprociteta. Ako se nije desilo plaćanje nije se desila ekonomska aktivnost iako usluga postoji. Ipak možda je napravljena trampa. Npr. turisti (poseta prijateljima i rodbini) primaju besplatan smeštaj od domaćina, a ovi njima zauzvrat pružaju druge usluge ili poklone. Tada postoji stvarna, ali nezabeležena transakcija.
2. **Neobračunate usluge.** Za ove vrste usluga obavljeno je plaćanje. Obično u gotovom, ali nisu formalno obračunate. Ovo se dešava u slučaju izbegavanja poreza, propisa o zaradama ili zato što je tako jednostavnije. Ukupan rezultat je onda siva ekonomija. Ovakve vrste usluga su česte u turističkoj industriji, u smeštaju, uslugama taksi prevoza, prodaji suvenira i sl. Skoro je nemoguće proceniti veličinu sive ekonomije.
3. **Distribucija prihoda državnog i privatnog sektora.** Ovo se tiče razlike u izvoru i korišćenju prihoda koje je stekao privatni sektor u jednoj oblasti ali je potrošen od strane državnog sektora u drugoj. Npr. ako vlada nametne turističku taksu a koristi ovaj prihod kao sredstva podrške poljoprivrednom sektoru.
4. **Anomalije bilansa plaćanja** prouzrokuju probleme u merenju u oblastima kao što su turističke investicije, repatrijacija zarada i devizne vrednosti turističkih prihoda izražene fleksibilnim kursom.
5. **Javna dobra.** Vlade su sve više svesne vrednosti nacionalnih parkova, izvanrednog pejzaža ili kulturno istorijskih nasleđa a za koje se ne naplaćuju ulaznice. Prava vrednost turizma morala bi uključiti i one cene koje su korisnici spremni da plate a koje bi potom bile multiplikovane brojem korisnika.

³⁰¹ Bull, A. *The tourism industry and its products: the economics of travel and tourism*. Pitman Publishing, Melbourne, str. 119

Problemi u praktičnoj primeni koji se javljaju su:³⁰²

1. Uvođenje TSA zahteva visoke tehničke veštine, značajno vreme i finansijska sredstva koja u manje razvijenim zemljama nisu raspoloživa. U tom slučaju alternativa je sprovesti simulirani TSA tako što ekonomske odnose koji su validni u jednoj zemlji primenimo na drugu zemlju. Južna Afrika, je tako npr. preuzela simulirani TSA baziran na drugoj zemlji (Kanadi), koja je kompletirala TSA.
2. Najčešće konceptualne razlike proizilaze iz toga šta se podrazumeva pod turističkom potrošnjom. Ove razlike potom utiču na veličinu turističke industrije, proporciju u outputu pojedinačnih industrija. Ovo dalje utiče na obračun dodate vrednosti turizma i zaposlenost.
3. Dalja komplikacija je činjenica da je TSA sastavljen na različitim bazama tako da zajednička referentna godina nije uvek raspoloživa. Posledično, nije uvek moguće obezbediti direktnu uporedivost sa satelitskim računom turizma drugih zemlja.

4.5. Ograničenja TSA modela i proširenje na druge alate makroekonomske analize

TSA je najsigurniji metod merenja veličine ekonomskog doprinosa turizma u privredi zemlje. Važno je shvatiti da čak u potpunosti procenjeni satelitski račun turizma neće obezbediti sve potrebne podatke vezane za turističku delatnost. Zato je potrebno koristiti i druge alternativne metode i komplementarne resurse kao podrška proceni veličine turističke delatnosti.³⁰³

Troškovi i pravovremenost - Kompletni TSA su relativno skupi za izradu i zahtevaju visok nivo učešća zainteresovanih strana da se održi tačnost tokom vremena. To znači da oni verovatno neće biti potpuno ažurirani svake godine, već se ažurirati na kontinuiranoj osnovi kako resursi i podaci dozvoljavaju. To znači da čak i u veoma kompletnom satelitskom računu turizma, pojedini podaci mogu biti nekoliko godina zastareli. To znači da TSA nikada neće u potpunosti odražavati „trenutni“ kontekst, pri čemu se moraju razviti komplementarni indikatori koji daju blagovremeni uvid u turističke privredne aktivnosti.

³⁰² OECD.(2011) *Tourism trends and policies 2010*. str.92.

³⁰³ UNWTO.(2011) „*Exploring the Full Economic Impact of Tourism Policy Making. Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools* Madrid, Spain str.7-9.

Geografska pokrivenost – Kompletan TSA koji je vezan za definicije UNWTO-a i EUROSTAT-a može se izgraditi samo za oblasti koje imaju niz ekonomskih obračuna, prvenstveno podržanih u okviru input-output tabela. Ovo, zajedno sa pitanjima troškova znači da će kompletan razvoj TSA (u doglednoj budućnosti) verovatno biti ograničen na nacionalne države i one konstitutivne regione koji imaju dobro razvijene regionalne račune. Doprinos TSA analizi efekata turističke aktivnosti na lokalnom nivou biće vrlo verovatno veoma ograničen i zato se i ovde moraju koristiti alternativni aranžmani. TSA koji pokriva veću geografsku oblast može naravno da se koristi za kontrolu pouzdanosti više lokalnih analiza.³⁰⁴

Top Down pristup - Veza sa nacionalnim računima čini TSA u suštini „Top down pristupom“. To znači da je proces vođen makro varijablama koje se odnose na celu privredu. Može da bude teško da se inkorporišu mikro podaci koji se odnose na vrlo specifične geografske oblasti ili vrlo konkretne aktivnosti u TSA (iako bi proces izgradnje trebalo da nastoji da koristi sve raspoložive i odgovarajuće informacije). Gde postoji pogodan „bottom up“ pristup, podaci mogu biti daleko bogatiji nego što je to TSA.

Nedostatak znanja o TSA - Veoma čest problem je to da većina zainteresovanih strana i „običnih“ korisnika ne mogu da razumeju TSA podatke zbog njihove kompleksnosti. Složenost TSA komplikuje njegovu analizu i odnose sa drugim makroekonomskim indikatorima za obične korisnike. Jedan od glavnih nedostataka u korišćenju TSA podataka je izveden iz nedostatka stručnosti većine korisnika iz oblasti nacionalnih računa. Mnogi potencijalni korisnici su malo ili nisu uopšte obrazovani za rad sa TSA. Input-Output koncept je nov za mnoge korisnike turizma. TSA rezultati u njihovom originalnom obliku su praktično nečitljivi za većinu aktera zbog svoje detaljne i složene prirode.³⁰⁵

Odstupanja u odnosu na druge ekonomske procene - Odstupanja između procenjenih TSA i drugih ekonomskih procena turizma su razlog za zabrinutost. Ponekad je samo pitanje komunikacije kada definicije podataka i/ili metodologija nisu dovoljno eksplicitno objašnjene. To je slučaj sa „direktnim ekonomskim doprinosom“ od turizma u odnosu na direktan i indirektan ekonomski doprinos“. Ove dve mere ne bi trebalo da zbunjuju. TSA meri samo direktne efekte turizma, mada korisnici i zainteresovane strane često žele da znaju, pored indirektnih i indukovane efekte. Poželjno je da stručnjaci razgovaraju između sebe da se dogovore o zajedničkoj definiciji za merenje „direktnog i indirektnog“ doprinosa. To može biti slučaj kada se nacionalni TSA primenjuje na regionalnoj osnovi jer se regionalne procene ne slažu uvek sa onima koje obezbeđuje pokrajinske (teritorijalne) agencije ili ministarstvo turizma. Ovi subnacionalni podaci nisu uvek koherentni sa onima kreiranim na nacionalnom nivou.

³⁰⁴UNWTO. (2011.). *Exploring the Full Economic Impact of Tourism Policy Making. Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools* Madrid, Spain str. 7-9

³⁰⁵OECD. (2010.). *Tourism trends and policies*. str. 94-97.

Imajući u vidu broj uključenih aktera, potreba za koordinacijom u takvom projektu ne sme se potceniti. Nekoliko zemalja je takode pomenulo i konfuziju između rezultata prikupljenih prema TSA i onih sastavljenih u okviru "simuliranog TSA". Jedna zemlja, takode je napomenula da je procenjeni doprinos zaposlenosti u turizmu dobijen iz TSA bio znatno niži od procena koje koristi industrija turizma; što može biti posledica uzimanja u obzir indirektne komponente zaposlenosti.

Međunarodna uporedivost - Međunarodna uporedivost (usklađivanje sa TSA metodologijom) je važno pitanje koje treba razmotriti iz razvojne perspektive turističke politike. TSA je kreiran kako bi bila moguća međunarodna uporedivost. Na međunarodnom nivou, razlike su naglašene kada TSA različitih konkurenata nisu u skladu. Među glavnim odstupanjima su definicije "uobičajenog okruženja", uzimajući u obzir "posetioce istog dana", načine za izračunavanje "BDP turizma", itd. To je definitivno još jedan važan problem za mnoge korisnike. Veći stepen međunarodne saradnje u izradi TSA je potreban sa ciljem da se poveća nivo uporedivosti jedne zemlje sa drugom.³⁰⁶

Analiza uticaja turizma - Razvoj TSA i posledičnog poboljšanja u razumevanju doprinosa turističke privrede poboljšava podatke na osnovu kojih su napravljene turističke prognoze.

Međutim, TSA nije alat za modeliranje. Ekonomsko modeliranje podrazumeva niz pretpostavki u vezi uticaja promena u aktivnosti koje nisu potrebne kada se razvija satelitski obračun turizma.³⁰⁷

Postoje tri popularna tipa makroekonomskih modela koji se koriste sa ciljem da se proširi razumevanje ekonomskih koristi od turizma: Input-output model, Matrica društvenog računovodstva (Social Accounting Matrix- SAM) i model opšte ravnoteže (Computable General Equilibrium Model – CGE). Korišćenje satelitskog računa turizma, zajedno sa drugim alatima za analizu makroekonomske politike može da pomogne u donošenju optimalnih odluka u ostvarivanju ciljeva od nacionalnog značaja za turizam. Donosioci odluka nastoje da shvate kako će eksterni i politički izazvani „šokovi“ u privredi uticati na delatnost turizma. Sam satelitski

³⁰⁶ OECD.(2010.), *Tourism trends and policies* str.94-97.

³⁰⁷ McNicoll I., McLellan D., Jones C., Munday M., Bryen J., Roberts A., (2004), *UK Tourism Satellite Account-First steps Project*. Cardiff Business School. Strathclyde University str.13.

račun se u velikoj meri oslanja na input-output tabele što je i detaljno objašnjeno u poglavlju 5, pa u daljem tekstu neće biti razmatrane.³⁰⁸

Glavne teškoće u kreiranju TSA -U velikoj meri, ograničenja upotrebe TSA povezana su sa poteškoćama sa kojima se suočavaju zemlje prilikom sastavljanja TSA. Definitivno, kreiranje kompletnog TSA se pokazalo teško za mnoge zemlje.³⁰⁹

- **Pravovremenost:** Izvori podataka nisu odmah dostupni; rezultati se tako kreiraju godinu dana kasnije.
- **Odstupanje u drugim ekonomskim procenama:** Procene TSA su pripremljene na osnovu širokog opsega statističkih izvora. Neki su usko povezani sa odgovarajućim nacionalnim osnovama računovodstva, dok drugi nisu potpuno zadovoljavajući u različitim aspektima, uključujući pokrivenost, koncepte i tajming.
- **Pouzdanost TSA podataka:** Podela turističkih aranžmana u različite turističke proizvode je područje slabosti u procenama TSA. Osim toga, česte su promene definicija koje se koriste za izračunavanje TSA. Ova činjenica obezbeđuje teško upoređivanje TSA rezultata tokom godina i zahteva ponovni rad i analize.
- **Dugoročni razvoj:** Neke zemlje takode pominju nedostatak resursa za održavanje i razvoj TSA na dugoročnom nivou ili poteškoće u organizaciji TSA projekta. Zadatak sastavljanja TSA sam po sebi zahteva kvalifikovanu radnu snagu, zato je važno da se izbegnu stalne promene lica zaduženih za projekat.

³⁰⁸ UNWTO (2011.), *Exploring the Full Economic Impact of Tourism Policy Making. Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools* Madrid, Spain str. 7-9.

³⁰⁹ OECD (2010.), *Tourism trends and policies* str. 94-97.

4.5.1. Matrica društvenog računovodstva (Social Accounting Matrix- SAM)

Kao što je pomenuto u I-O metodi, ideja o opisivanju načina na koji ekonomija funkcioniše predstavljena je u „Tableau Economique“ francuskog ekonomiste Francois Quesnay-a još 1758. godine. Leontijev je postavio osnovu modernog rada sprovodeći detaljne analize interakcije među industrijskim sektorima u prvoj polovini dvadesetog veka. Britanski naučnik, Richard Stone je istraživao razvoj koncepata na način na koji ekonomija može biti sveobuhvatno objašnjena tako da se obuhvate pored industrijskih aktivnosti sve ostale ključne aktivnosti društva. U tom smislu, SAM se može smatrati kao proširenje I-O modela.

Važnost SAM proističe ne samo od činjenice da je to tehničko proširenje I-O, već od toga da dodatni podaci mogu biti pretvoreni u veoma korisne informacije za razvoj nacionalne ili regionalne ekonomije. Richard Stone dobio je Nobelovu nagradu za ekonomiju 1984. godine za veliki doprinos razvoju sistema nacionalnog računa i samim tim u velikoj meri unapredio osnovu za empirijsko-ekonomsku analizu.³¹⁰

U okviru SAM strukture I-O model se proširuje tako da obuhvati sve transakcije u ekonomiji. Svrha modela je da budu zabeležene sve transakcije robe i usluga i odgovarajući novčani tokovi u čitavoj ekonomiji. Model društvenog računovodstva pokazuje protok novca u ekonomiji/društvu koje se analizira. Pojednostavljena verzija SAM i dalje podrazumeva razumevanje tri veoma važna entiteta a njihovo postojanje može omogućiti da prikazemo kako društvo funkcioniše u okviru proizvodnih aktivnosti, faktora i institucija.³¹¹

Na slici br.4-1. se vidi struktura matrice društvenog računovodstva i svaki od tri pomenuta entiteta pojedinačno.³¹²

- **Institucije** – predstavljaju domaćinstva (porodice), firme, vladu
- **Proizvodne aktivnosti** – krug koji se nalazi na vrhu slike br.4-1. predstavlja proizvodne aktivnosti i to je zapravo I-O. U okviru proizvodnih aktivnosti, industrijski sektori prodaju i kupuju robu i usluge. U I-O modelu, industrijski sektor zavisi od ulaganja

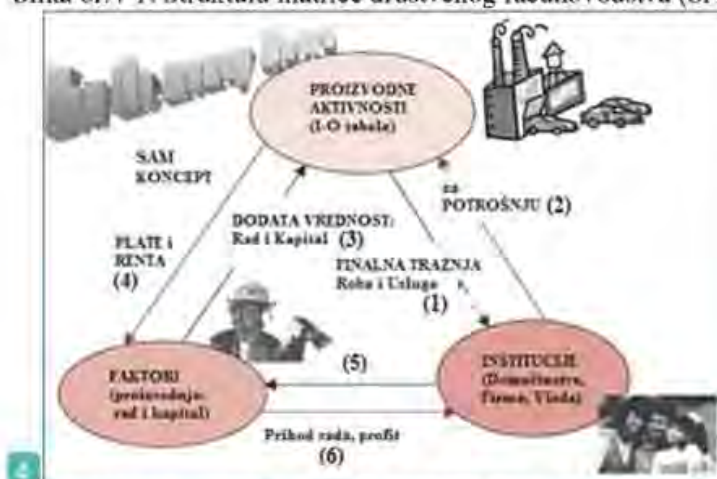
³¹¹ Gul H. (2013) *Economic Impact of an increase in the foreign tourism receipts: a SAM – based income multiplier analysis for Turkey*. Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR) International journal of Akdeniz University Antalya, str.19-23

³¹² Tadayuki H. (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*, str.116-117

drugih da bi stvorili output, koji kasnije može biti prodat bilo kao međufazna roba ili kao finalni proizvod da bi se zadovoljila finalna tražnja.

- **Faktori** – se odnose na faktore proizvodnje na slici br.4-1. Mogu se smatrati tržištem razmene faktora proizvodnje (rada i kapitala). Ono što kupci i prodavci predstavljaju na ovom tržištu jesu rad i kapital.

Slika br.4-1. Struktura matrice društvenog računovodstva (SAM)



Izvor: Tadayuki H., *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*

U okviru SAM strukture svaka komponenta vrši interakciju sa druge dve komponente. Novčani tok ide u jednom pravcu a suprotni tokovi u drugom.³¹³

1. Protok između institucija i proizvodne aktivnosti

Institucije podrazumevaju domaćinstva, firme i državne uprave. Tako na primer domaćinstvo kupuje robu i usluge i ispunjava finalnu tražnju iz industrijskih sektora kao što to prikazuje strelica (1) na slici br.4-1. Istovremeno pri kupovni robe i usluga, roba i usluge se plaćaju novcem. Protok novca za potrošnju robe i usluga prikazan je strelicom (2) na slici br.4-1. Ovo je

³¹³ Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*, str. 118-120.

način na koji industrijski sektori primaju novac od institucija. U razmeni za odgovarajuću robu i usluge, proizvodne aktivnosti primaju novac od institucija.³¹⁴

2. Protok između proizvodnih aktivnosti i faktora

Jednom kada proizvodne aktivnosti (tj. industrijski sektori) odgovore na zahtev institucija (npr. domaćinstva) za proizvodom kao finalnom tražnjom (kao što su jabuke, odeća, pirinač, hleb, računari, TV) uređaji ili za uslugama (kao što je spa tretman i čista hotelska soba), oni moraju da proizvedu više takvih proizvoda. Da bi industrijski sektor proizveo proizvod, potreban je veliki broj međufaznih proizvoda iz drugih industrijskih sektora. Međutim veoma važan faktor za proizvodnju proizvoda je radna snaga i kapital.

Kada je proizvodnim aktivnostima potrebna radna snaga ili kapital, oni tragaju za faktorima koji se mogu posmatrati kao tržište razmene za radnu snagu i kapital. Treba imati na umu da je značenje kapitala u okviru SAM konteksta daleko šire nego ono koje se koristi u oblasti finansija i računovodstva. Može obuhvatati zemljište, poslovni prostor, proizvodna postrojenja i predmete kao što su traktori, mašinerija ili hotel kao nekretninu (pored novca kao kapitala). Proizvodne aktivnosti tragaju za kvalifikovanom radnom snagom, a kada je nađu, koriste je za proizvodnju outputa kao što je to prikazano strelicom (3) na slici br 4-1.

Dalje radna snage mora biti kompenzovana novcem (ličnim dohotkom) kao što je to prikazano strelicom (4) na slici br.4-1. Kada proizvodne aktivnosti koriste zemljište ili traktore, koji su obuhvaćeni širom definicijom kapitala, proizvodne aktivnosti moraju da plate najam (rentu). Plaćanje najma takode je prikazano strelicom (4) na slici br.4-1, što se smatra naknadom za korišćenje nečijeg (tuđeg) kapitala.³¹⁵

3. Protok između faktora i institucija

Kada faktori proizvodnje primaju novac u ime ličnih dohodaka i najma kao što je to prikazano strelicom (4) na slici br.4-1, se vidi da institucije (npr. domaćinstva) poseduju i radnu snagu i kapital. Prema tome, postavlja se pitanje da li svi treba da primaju neku vrstu novca na osnovu rada i kapitala. U idealnim uslovima svako prima neku novčanu nadoknadu po osnovu rada i kapitala. U realnosti neće svako primiti novčanu nadoknadu za rad i za vlasništvo nad kapitalom.

³¹⁴ Wei Ch., Shuib A., Ramachand S., Herman S. (2013.) Applicability of Economic models in estimating tourism impacts. *Journal of Applied Economics and Business* vol.1 str 8

³¹⁵ Tadayuki H. (2008). *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*, str.118-120.

Prvo treba uzeti u obzir rad. Potrebno je da radna snaga postane dostupna na tržištu razmene na kojem proizvodne aktivnosti tragaju za radnicima, kao što je to prikazano strelicom (5) na slici br.4-1. Kvalitet radne snage može se posmatrati kao odlučujući faktor za proizvodne aktivnosti. Ukoliko radnik ne obavlja na zadovoljavajući način svoj posao biće otpušten i postaće nezaposlena osoba (tj opet će biti dostupan na tržištu rada ali nema proizvodnih aktivnosti koje zahtevaju njegov rad) kao što je to prikazano strelicom (5) na slici br.4-1. Rukovodilac spa centra u luksuznom hotelu može unajmiti radnika ukoliko će njegove kvalifikacije i iskustvo njemu obezbediti zadovoljavajući nivo usluživanja. U tom slučaju, za njegov rad će se nadomestiti ličnim dohotkom, kao što je to prikazano strelicom (4) na slici br.4-1 a novac nastavlja da motiviše firme, prihodom kao što je to predstavljeno strelicom (6) na slici br.4-1.

Slična situacija primenjuje se u slučaju da se posed **94** kapital (novac, fizička dobra, komercijalne nekretnine, itd.), ukoliko se ne stavi na tržište (kao što je prikazano strelicom (5) na slici br.4-1), kapital neće ostvariti najam (rentu) iz proizvodnih aktivnosti kao što je prikazano strelicom (4) na slici br.4-1. Čak iako se kapital plasira na tržište on možda neće biti korišćen od strane proizvodnih aktivnosti. Kada je kapital na tržištu i proizvodne aktivnosti ga koriste, generisaće se prihod od najma (tj. povraćaj kapitala) kao što je to prikazano strelicom (4) na slici br.4-1 koji će biti prosleđen vlasniku kapitala na ime njegove zarade kao što je to prikazano strelicom (6) na slici br.4-1³¹⁶

4. Povratak u institucije

Ukoliko je radna snaga ta koja je donela prihod od rada u firmu, verovatno će radnik poželeti da nagradi sebe, na primer, spa tretmanom, kupovinom novih guma za automobil ili monitora za računar. Ta finalna tražnja stimuliše proizvodne aktivnosti i protok novea (od radnika do proizvodnih aktivnosti). Ovo nas vraća do koraka 1 i novac započinje novi ciklus.

³¹⁶ Tadayuki H., (2008): *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*, str. 118-120.

4.5.2. Model opšte ravnoteže (Computable General Equilibrium Model – CGE)

U ekonomskoj teoriji, analiza opšte ravnoteže se bavi interakcijom domaćinstava, preduzeća i tržišta sa ciljem da se utvrdi šta se proizvodi u nacionalnoj privredi, kako se proizvodi i za koga. Ova analiza pretpostavlja da su tržišta konkurentna, da se cene za ulaganja i proizvode mogu slobodno formirati i dovesti u ravnotežu ponudu i tražnju, firme maksimizovati profit, potrošači kupovati svoje željene proizvode i da se država (vlada) ne meša da ograniči ove uslove.³¹⁷

Model opšte ravnoteže (CGE) (ponekad se naziva „primenjeni model opšte ravnoteže“) proširuju SAM strukturu da bi se obuhvatio način na koji se nacionalna ekonomija prilagođava udarima(kao što su povećanje turističke potrošnje i veće poreske stope) i dostiže novu opštu ravnotežu. CGE je „ekonomski model koji obuhvata povratne informacije između tražnje, prihoda i proizvodnih aktivnosti i gde se sve cene prilagođavaju dok odluke donesene u proizvodnji ne budu u skladu sa odlukama o tražnji“. Time se širi SAM preko povezivanja industrija kao proizvođača, drugih institucija, kupaca i tržišta zajedno kroz koncept opšte ravnoteže.

Pažljivo konstruisani CGE model može da predstavlja više od odnosa među sektorima u nacionalnoj ekonomiji i može eksplicitno uključivati povratne efekte koje I-O model i SAM model ne podrazumevaju. Na primer, povećanje potrošnje međunarodnih posetilaca u maloj ostrvskoj zemlji može da poveća tražnju za zaposlenim u turističkom sektoru i da podizanjem plata odvuče radnike iz poljoprivrednog sektora. To će povećati plate u poljoprivrednom sektoru, zbog čega će cene hrane rasti, što će, zauzvrat povećati cene u restoranima. Veće cene u restoranima mogu smanjiti pravu (ne računajući inflaciju) vrednost potrošnje posetilaca. Ako je domaći poljoprivredni sektor ograničen tražnja za poljoprivrednim proizvodima mora se zadovoljiti iz uvoza, što će dovesti do poremećaja deviznih kurseva. Obično, vrednost množioca se nalazi u deviznim kursovima zemlje.³¹⁸

Satelitski račun turizma dokumentuje veličinu pripadajućeg sektora i njegove pojedinačne industrije, turističku potrošnju među proizvodima i direktan ekonomski doprinos turizma BDP-u i zaposlenosti za datu godinu. Ovo je veoma vredan metod za donosiocne odluke.³¹⁹

8

³¹⁷ Dwyer L., Forsyth P. (2006.), *International Handbook on the Economics of Tourism* Edward Elgar, Cheltenham, str. 301-305

³¹⁸ UNWTO. (2013). *The Economic Impact of Tourism: Overview and Examples of Macroeconomic Analysis*, Madrid, str. 11

³¹⁹ UNWTO. (2011). *Exploring the Full Economic Impact of Tourism Policy Making: Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools* Madrid, Spain str.9-11.

Međutim ukoliko donosioci odluka žele da prošire svoje rezultate potrebno je koristiti i druge analitičke alate i modele koje utiču na turističku tražnju. To su: input-output, SAM i model opšte ravnoteže (CGE).³²⁰ U tabeli br.4-1. se vide razlike između TSA, I-O modela, SAM i modela opšte ravnoteže.

Tabela br.4-1. Poređenje karakteristika I-O modela, SAM i modela opšte ravnoteže

Modeli	Nivo efekata na makro-ekonomiju	Udari koje treba analizirati	Rezultati	Prednosti	Ograničenja
I - O	Direktni, indirektni i indukovani efekti na output, prihod i zaposlenost	Izmene u potrošnji po proizvodu ili industriji	Nacionalni output, prihod, zaposlenost, dodata vrednost	Razumljiva standardna metodologija, standardizovano kreiranje i predstavljanje	Nema ograničenja po pitanju dostupnosti faktora proizvodnje, cene i plate ne variraju; distribucija ulaznih vrednosti zahtevana od strane učinka ne varira
SAM	Indirektni i indukovani efekti na output, prihod i zaposlenost, po razvrstanim domaćinstvima, firmama i drugim institucijama, proizvodima, tipovima tražnja i drugim elementima makro-ekonomije	Promene u potrošnji po proizvodu ili industriji, izmene u politici poreška stopa, državna potrošnja, inflacija cena	Nacionalni proizvod, prihod, zaposlenost, dodata vrednost, stopa zarade, razvrstano po tipu domaćinstva, rad i kapitalne izvore	Razvrstana domaćinstva, firme i druge institucije, proizvodi, tipovi tražnja i drugi elementi makro-ekonomije prema analitičkim potrebama i podacima resursa	Nema standardne metodologije ili predstavljanja, ista ograničenja kao i kod I-O modela
Model opšte ravnoteže (CGE)	Indirektni i indukovani efekti na output, prihod i zaposlenost, cene i plate prema industriji	Izmene u potrošnji po proizvodu ili industriji, izmene u politici stopa poreza, državna potrošnja, inflacija cena	Nacionalni proizvod, prihod, zaposlenost, dodata vrednost, cene proizvoda, plate, razvrstani na tip domaćinstva, rad i kapitalni izvor	Omogućava faktoru proizvodnih cena da varira, efekti ograničenja resursa su pokriveni; sva tržišta su čista	Nema standardne metodologije ili predstavljanja, odnosi među jednačinama i parametri retko su javno dostupni, u velikoj meri zavisi od pretpostavki koje zahtevaju masivni unos podataka koji su retko aktuelni, zahteva validaciju u odnosu na aktuelnu ekonomiju

UNWTO. (2011.). *Exploring the Full Economic Impact of Tourism Policy Making. Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools*. Madrid, Spain.

Prikazan je nivo efekta na makroekonomiju, udari koje treba analizirati, rezultati, prednosti i ograničenja svakog od modela.

Vidimo da I-O model vrši direktne, indirektne i indukovane efekte na output, prihod i zaposlenost.

Model SAM pored ovih uticaja vrši još detaljno razvrstane efekte po domaćinstvima, firmama i drugim institucijama, proizvodima i drugim elementima makro-ekonomije. Na primer, sektor domaćinstava može se razvrstati da se razlikuju po prihodima, itd. I poslovni sektor može da se podeli u kategorije po pitanju veličine (na primer, mala, srednja i velika preduzeća). Konačno, tržišta prema faktorima proizvodnje mogu se razvrstati po zanimanjima radne snage, odnosno kapitala po izvorima.

Model opšte ravnoteže pored pomenutih uticaja I-O modela vrši još i uticaj na cene i plate. CGE model može biti opisan kao onaj gde su zabeleženi njegovi unutrašnji odnosi, pretpostavke, parametri i izvori podataka a rezultati potvrđuju merljive promene u nacionalnoj ekonomiji. Kada je TSA integrisan u CGE model, povezan je sa ostalim delovima privrede, a makro-ekonomski efekti alternativnih politika mogu se pratiti i kvantifikovati.

TSA može da pokrene procenu dodatnih elemenata ekonomskog uticaja turizma kroz CGE model. Rossouw i Saayman pružaju primer produženja TSA kroz integraciju sa CGE modelom u Južnoj Africi. Ovaj primer je korišćen da simulira šire efekte na privredu usled smanjenja turističke tražnje u posmatranim uslovima (koje bi industrije najviše bile pogođene a koji će ostati netaknute). Drugi scenario pripremljen za proučavanje kroz integrisani model je primer kada se obuhvataju efekti na privredu usled održavanja i organizovanja svetskog sportskog događaja (npr. olimpijada). Kako održavanje sportskih događaja utiče na smanjenje nezaposlenosti i siromaštva u zemlji.³²¹

Trenutno najbolji model za merenje ekonomskog doprinosa turizma na privredu je TSA koji baziran na input – output tabelama. Međutim ukoliko je potrebna detaljnija analiza može se proširiti TSA model na druge pomenute modele pomoću kojih se može izračunati kako eksterni i politički izazvani šokovi u privredi mogu uticati na turizam.

³²¹ UNWTO.(2011.). *Exploring the Full Economic Impact of Tourism Policy Making. Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools*. Madrid. Spain. str.13-14.

4.6. Budući razvoj satelitskog računa turizma

Okruženje se sve više prepoznaje kao ključni faktor u turizmu. Holden u knjizi *Environment and Tourism* objašnjava da turizam zavisi od sredine u koju turisti odlaze. Međutim, odnos između turizma i okruženja je kompleksan. Postoji uzajamna zavisnost između njih koja se opisuje kao simbioza. Williams u knjizi *Tourism Impacts, Planning and Management* objašnjava ovaj odnos kao onaj u kojem turizam ima koristi od toga da bude u kvalitetnoj životnoj sredini kao i da to okruženje treba da ima koristi od mera zaštite i održavanja njegove vrednosti kao turističkog resursa. Turizam pored pozitivnih efekata uključuje i niz aktivnosti koje mogu negativno uticati na okruženje. Većina ovih efekata povezana je sa izgradnjom turističke infrastrukture i masovnim prometom turista. U tom smislu turistički razvoj može postepeno da uništi resurse iz okruženja kroz iscrpljivanje prirodnih resursa, zagađenje, i dr.³²²

U budućnosti, TSA će se smatrati kao moćna baza podataka koja će podržati i čitav opseg drugih vrsta analiza. Jedan od njih bi mogao da bude merenje nepoželjnih ekonomskih efekata turizma. Na primer, cost-benefit analiza će biti fokusirana na iscrpljivanje prirodnih resursa kao posledica razvoja turizma. Razmatranje postojanja tzv. „negativnih efekata na turizam“ je suprotno posmatranje od pristupa koji izjednačava potrošnju u turizmu sa prednostima koje pruža turizam. Cost-benefit analiza će pokušati da meri ove negativne efekte kako bi one mogle biti „odvojene“ iz čisto monetarnih prednosti turističkih aktivnosti. Proširenje sadašnjeg konceptualnog okvira je fokusirano na nacionalne perspektive, godišnji vremenski okvir i ekonomski pristup. U budućnosti, treba da sadrži i druge realnosti: prvi prioriteti bi mogli da budu adaptacija na regionalnom nivou, razvoj kratkoročnih indikatora za ažuriranje osnovnih TSA agregata i izrada platnog bilansa u turizmu. U regionalnom okviru, različite perspektive su takođe moguće. Na primer, perspektiva održivog razvoja turizma treba da bude usmerena ka formisanju nove paradigme za turizam sa integralnom vizijom o održivosti, sa ciljem da se postigne najveća socio-ekonomska efikasnost u datoj teritoriji. Posebna pažnja treba da bude data proširenju trenutne statističke baze kao neophodnog uslova za TSA. To će omogućiti TSA da ima veću pokrivenost grupe koja se posmatra, veću preciznost u raspodeli, nove analitičke mogućnosti, itd., i trebalo bi da ojača ekonomsku analizu turizma.³²³

³²²Mason P. (2003) *Tourism Impacts, Planning and Management*, Butterworth Heinemann, str 53, cit delo Holden A., (2000) *Environment and Tourism* London Routledge

³²³Buhalis D., Costa C (2005.), *Tourism Management Dynamics trends, management and tools* str 259-235

ZAKLJUČAK

U doktorskoj disertaciji je objašnjen značaj i neophodnost primene satelitskog računa turizma u Srbiji kao dela nacionalnih računa koji će služiti donosiocima odluka starteškog privrednog razvoja, kreatorima politike i drugim turističkim subjektima da sagledaju stvarni ekonomski efekat turizma na privredu.

Srbija beleži iz godine u godinu rast broja dolazaka i noćenja turista kao i prihoda od turizma. Broj inostranih turista beleži konstantan rast, međutim on je znatno manji u odnosu na broj domaćih turista. Srbija beleži kontinuiran rast deviznog priliva od turizma čije učešće u bruto domaćem proizvodu idalje veoma nisko.

Primenom metoda TSA bi se sagledali uticaji turizma na privredu zemlje, kako sa stanovišta ponude, tako i sa stanovišta tražnje. U svetu je razvijena praksa primene TSA i sistema nacionalnih računa (SNA:2008) kao osnove njegovog razvoja.

Većina zemalja gde turizam ima potencijale za razvoj uvodi praksu primene metodologije TSA (TSA:RMF 2008) koja omogućava poboljšanje ekonomske analize turizma, poređenja sa rezultatima ostalih unutrašnjih ekonomskih aktivnosti i međunarodnu uporedivost.

U radu je detaljno objašnjena struktura TSA u kojoj su predstavljeni sadržaji tabela sa teorijskom osnovom. Detaljno su analizirani potrebni izvori podataka neophodna istraživanja u svrhu izrade TSA. Predstavljeni su makroekonomski agregati koji pokazuju udeo turizma u privredi zemlje. TSA je sastavljen od 10 različitih tabela u kojima su podaci o turističkoj potrošnji, ponudi, zaposlenosti, investicijama, itd. Kompilacijom skupa tabela, a posebno proizvodnje sa turističkom potrošnjom mere se osnovni aspekti turizma kao što su dodata vrednost turizma, bruto domaći proizvod turizma.

Jedan od primera prikazan u radu je simuliran satelitski račun turizma za Srbiju za 2011.godinu koji je predstavio WTTC u kome je objašnjeno na koji način se izračunava turistički bruto domaći proizvod (BDP) i dodata vrednost turističkih delatnosti.

Da bi se izradio satelitski račun turizma za Srbiju prevashodno je potrebno da se sprovedu detaljna istraživanja od strane nacionalnih statističkih institucija i turističkih subjekata. Ovakva istraživanja zahtevaju potpuno izradene input – output tabele u skladu sa sistemom nacionalnih računa (SNA:2008) kao osnove međusektorske analize na kojima se zasniva izrada TSA. U Srbiji je sprovedeno istraživanje 2009. godine o potrošnji međunarodnih posetilaca, domaćoj potrošnji, potrošnji domaćeg stanovništva van granica zemlje i ukupnoj internoj (unutrašnjoj potrošnji). Podaci koji su korišćeni u tadašnjoj analizi su se odnosili na 2007. godinu, međutim od tada nisu sprovedena dalja istraživanja iz ove oblasti.

Potrebno je sprovesti istraživanja o turističkoj potrošnji domaćih i stranih posetilaca u Srbiji, domaćih putnika u inostranstvo, istraživanja na graničnim prelazima, istraživanjima o posetama turističkim atrakcijama, istraživanja koja se odnose na smeštaj posetilaca, istraživanja koja se odnose na sredstva za prevoz putnika i druga. Takođe je potrebno razdvojiti u istraživanjima posetioce koji noće i dnevne posetioce (tj. oni koji ne noće). U Srbiji ne postoje istraživanja koja se odnose na dnevne posetioce, a da bi se izračunala kompletna potrošnja u oblasti turizma potrebno je uvrstiti i uvu kategoriju u analizu. Statistička istraživanja potrebna za izradu TSA i njihovi dobijeni rezultati su preduslov za izradu budućeg satelitskog računa turizma za Srbiju.

Na osnovu sprovedenog sopstvenog istraživanja o potrebama i mogućnostima uvođenja satelitskog računa turizma u Srbiji došlo se do zaključka da većina ispitanika smatra da je trenutni dostignut stepen razvoja turizma u Srbiji osrednji (59%) i nizak (41%). Istovremeno mišljenje ispitanika (95%) je da Srbija ima realne izgleda da u narednim godinama značajnije razvija turističku ponudu i time poveća doprinos turizma ukupnoj privredi.

Na osnovu istraživanja koje je sprovedeno u ovom radu može da se zaključi da je veoma mali broj ispitanika upoznat sa satelitskim računom turizma (39%). Takođe, upoznatost sa metodologijom satelitskog računa turizma je veoma niska jer od ukupnog broja ispitanika sa njom upoznato samo 1,7%.

Rezultati istraživanja navode na zaključak da je potrebno dodatno obrazovati zaposlene u oblasti turizma kako bi se obezbedio stručni kadar, a efekti usavršavanja sagledali kroz unapređenje poslovanja u okviru turističke privrede. Na osnovu podataka koji su dobijeni istraživanjem 61% ispitanika nije upoznato sa TSA. Među njima se čak 50% izjasnilo da bi bilo veoma korisno da se dodatno obrazuju o satelitskom računu turizma.

U istraživanju se došlo do zaključaka da je država stvorila samo neke od preduslova za uvođenje TSA (smatra 56% ispitanika), samo 2% smatra da je država stvorila sve preduslove, dok ostatak ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje. Pored brojnih prepreka koje su ispitanici istakli kao najveće se navode administrativne, zatim obrazovne pa finansijske. Od ukupnog broja ispitanika koji su čuli za TSA, 50% se izjasnilo da je on Srbiji neophodan. Ispitanici su se izjasnili da je najveći doprinos od uvođenja TSA to što obezbeđuje uvid u doprinos turizma BDP-u (54%) i identifikuje one delatnosti koje su povezane sa turizmom (50%).

Prema sprovedenom istraživanju najveći efekat od uvođenja TSA u Srbiji bi bio u unapređenju statističkih istraživanja turizma Srbije u skladu sa međunarodnim standardima i metodologijom (64%), u obezbeđenju uporedivosti turističkih delatnosti Srbije sa drugim

zemljama u svetu (62%) kao i u izračunavanju učešća turizma u ukupnoj privredi zemlje (59%). Pomoću TSA mogu se unaprediti postojeće mere za procenu turizma u privredi zemlje, planirati i buduće aktivnosti u turizmu kao i poboljšati efikasnost u vođenju ekonomske politike zemlje. Uzimajući u obzir stanje statističkog sistema turizma Srbije, nacionalnih računa i bilansa plaćanja, možemo zaključiti da zemlja treba da preuzme i najvažnije napore da poboljša svoj statistički sistem turizma. Od krajnje je važnosti shvatiti da će održivost i budući kvalitet statistike turizma u Srbiji zavisiti od usklađivanja sa međunarodnim standardima i metodologijama u svrhu poboljšanja istraživanja statistike turizma i uporedivosti sa drugim zemljama.

S obzirom da Srbija iz godine u godinu ostvaruje rast u delatnosti turizma potrebno je razviti satelitski račun turizma i unaprediti nacionalnu statistiku iz ove oblasti i time postići preciznost u izračunavanju efekata turizma na privredu koristeći standardizovanu metodologiju TSA:RMF 2008.

LITERATURA

Štampani izvori

- [1.] Ižić S., (2006.), *Privredni sistem i ekonomska politika*. Ekonomski fakultet Subotica.
- [2.] Boskin M.J., (1996.), *National Satellite Accounting for Travel and Tourism. A cold review of the WTTC/WEFA group research*. *Tourism economics* 2., 3-11.
- [3.] Bull A. *The tourism industry and its products. The Economics of Travel and Tourism*. Harman Publishing. Longman House. Melbourne.
- [4.] Buhalis D., Costa C., (2006.) *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Elsevier. Butterworth-Hainemann.
- [5.] Buhalis D., Costa C. (2005.), *Tourism Management Dynamics trends, management and tools*.
- [6.] Cambridge Policy Consultants and Geoff Broom Associates. (1998.), *A Feasibility Study for Compiling a Tourism Satellite Account for the United Kingdom*, Department for culture, Media and Sport. London.
- [7.] Canada A., (2006.), *The Spanish tourism satellite account: compiling tourism from national accounts*. Madrid.
- [8.] Candela G., Figini P. (2012.), *The Economics of Tourism Destinations*. Department of Economics. University of Bologna. Springer. str.46-52.
- [9.] Cardiff Business School. (2004.), *UK Tourism Satellite Account – First Steps Project*.
- [10.] Čačić K., (2010.), *Poslovanje hotelskih preduzeća*, Univerzitet Singidunum, Beograd.
- [11.] Čerović S. (2009.), „Strategijski menadžment u turizmu“, Univerzitet Singidunum, Beograd.
- [12.] Dimitrijević B., Fabris N., (2007.), *Ekonomska politika*. Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
- [13.] Department of Statistics and Tourism Satellite Account (2008.), *Measuring The UN TSA Approach vs. WTTC approach*. Madrid.
- [14.] Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2002). *Priručnik za Input-Output metode. Kompilacija i analize. Metodološke upute*. Zagreb.
- [15.] Dwyer L., Forsyth P., (2006.), *International Handbook on the Economics of Tourism*. Edward Elgar., Cheltenham.
- [16.] Dwyer L., Gill A., Sectaram. (2012.), *Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and Qualitative Approaches*. Edward Elgar.
- [17.] Dwyer L., Forsyth P., Dwyer W., (2010.), *Tourism economics and policy*. Gutenberg Press.
- [18.] Đuranović M., Radunović M. (2011.), *Analiza efekata turizma na BDP, zaposlenost i platni bilans Crne Gore*. Radna studija br.20. Centralna Banka Crne Gore. Podgorica.

- [19.] European Commission.(2004).*The European tourism industry. A multi-sector with dynamic networks, Structures, developments and importance for Europe's economy.*
- [20.] European Commission, International Monetary Fund, OECD,United Nations, World Bank. *SNA-System of National Accounts 2008*.
- [21.] Eurostat, *European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA): Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework.*
- [22.] Eurostat.(2010).Tourism statistics in the European statistical system 2008 data, methodologies and working papers.
- [23.] Eurostat.*Business registers. Recommendations manual.* Methodologies and working papers.
- [24.] Eurostat.(2009.)*Tourism satellite account in European Union,Practical Guide for the implementation of a TSA. Directory of Good Practices. Volume 3.*Luxembourg.,str.21-25.
- [25.] Federal Statistical Office, State Secretariat for Economic Affairs.,(2008.). *Tourism Satellite Account for Switzerland, 2001 and 2005. Basic principles, methodology and results.* str.8-10.
- [26.] Frechtling D.,(2010).*The tourism satellite account.* Annals of Tourism Research.The George Washington University.
- [27.] Frechtling D.(2011.), *Exploring the Full Economic Impact of Tourism Policy Making: Extending the Use of the Tourism satellite account through Macroeconomic Analysis*
- [28.] Frechtling D.(2009.),*Clarifying and extending the TSA brand. Measuring the Economic Contributions of Tourism: from the TSA to Alternative Modelling Techniques.*, Fifth UNWTO International Conference on Tourism Statistics: Tourism and engine for employment creation.
- [29.] Ćirić G.(1983).*Makroekonomski bilansi.*Ekonomski fakultet u Beogradu.str.139-140.
- [30.] Gul H.,(2013.).*Economic Impact of an increase in the foreign tourism receipts: a SAM – based income multiplier analysis for Turkey.*Advances in Hospitalitz and Tourism Research (AHTR).,International journal of Akdeniz University.Antalya.
- [31.] Holloway Ch.,(1994.). *The business of Tourism.* Pitman Publishing London. Adivision of Longman Group. UK, Londo
- [32.] Institut za turizam.(2011.). *Turistička satelitska bilanca. Izravni i Neizravni učinci turizma u Republici Hrvatskoj*
- [33.] Institut za turizam.(2014.). *Turistička satelitska bilanca-izravni i neizravni učinci turizma u RH.*
- [34.] Jovanović V.(2013). *Tematski turizam.*Univerzitet Singidunum.Beograd.str.69.
- [35.] Jovanović V., Vukasović S.,(2014). *Adapting the TSA to measure economic contribution of tourism in Serbia. Journal of applied sciences.* Vol.11/No.2, str.1-9.

- [36.] Kotsovos D.,(2013.),*Tourism Satellite Accounts:Reconciling supply and demand and integration with National Accounts*. Regional Workshop on Travel and International Tourism Cor¹⁰option.
- [37.] Largerstrom M., Rosenblom T., *A study of linking the Swedish Tourism Satellite Account (TSA) and the Swedish Enviroment Satellite Account (ESA), in order to measure the* ³*viromental impact of tourism*.
- [38.] Libreros M., Massieu A., Meis S., (2006). *Progress in Tourism Satelite Account* ⁷¹*lementation and development*. Journal of Travel Research.
- [39.] Lickorish L., Jenkins C.(1997).*Introduction to Tourism*.Butterworth-Heinemann.str.63-70.
- [40.] Lubson P., Zhang J.,(2012.),*Denmark's experiences on the regional TSA and tourism* ⁶*conomic impact analysis*.
- [41.] Mason P.,(2008).*Tourism* ²⁶*acts, Planning and Management*.Butterworth Heinemann.
- [42.] McNicoll I., McLellan D.,Jones C., Munday M.,Bryen J.,Roberts A.,(2004.),*UK Tourism Satellite Account-First steps Project*. Cardiff³²*iness School*. Strathclyde University.
- [43.] Mc.A Baker D.,(2013.),*Understanding the Economic Impact of Tourism in the Asian Pacific Region Using the Tourism Satellite Account (TSA)*.International Journal of Business and Social Science. Vol.4, No.3. ³⁴
- [44.] Miljković D., (2001).*Makroekonomski računi*, Centar za izdavačku delatnost, Ekonomski fakultet u Beogradu¹⁴
- [45.] Ministarstvo za gospodarstvo,(2004). *Satelitski računi za turizam v Sloveniji. Ocena ekonomskega obsega in pomena turizma v Sloveniji po metodologiji satelitskih računov* ⁶⁸*urizem*. Ljubljana.
- [46.] Ministere de l'artisanat du commerce et du tourisme.,(2013.).*La compte satellite du tourisme 2012*. Paris.str.1-5. ⁴⁶
- [47.] Ministarstvo turizma Hrvatske.(2005.),*Izvešće o roku dovršenja dubinske analize hrvatskog turizma, satelitske bilance hrvatskog turizma i strategije razvoja turizma*. Zagreb.
- [48.] Ministry of sports and tourism, tourism department.(2008). *Tourism satllite account for* ⁴⁷*and 2005*. Warsaw.
- [49.] Mladenović D.,Đolević V.,Šoškić D.,(2007.).*Ekonomska statistika*.Centar za izdavačku delatnost. Ekonomski fakultet u Beogradu.
- [50.] Oxford Economics and WTTC.(2013.).*Methodology for producing a Tourism Satellite Account for Serbia*.2013.
- [51.] Oxford Economics, WTTC.,(2015.).*Travel and Tourism Economics Impact methodology*. March,Oxford.
- [52.] OECD. (2010.), *Tourism Trends and Policies*.

- [53.] OECD.Measuring the Role of Tourism in OECD Economies. *The OECD manual on Tourism Satellite Accounts and Employments. Enterprise, Industry and Services.*
- [54.] Petrevska B.(2011.). *Tourism in the global development strategy of Macedonia: Economic perspectives*.UTMS Journal of Economics.
- [55.] Privredna Komora Srbije.(2011.). *Srbija Vaš poslovni partner*. Beograd.
- [56.] Republički zavod za statistiku Srbije.(2010.) *Satelitski račun turizma*.
- [57.] Republički zavod za statistiku Srbije. *Plan implementacije SNA2008*.
- [58.] Republički zavod za statistiku.(2010). *Nacrt Metodologije istraživanja o potrošnji domaćih posetilaca za potrebe satelitskih računa turizma*, Beograd.
- [59.] Republički zavod za statistiku.*Metodološka objašnjenja,Godišnji nacionalni računi*.Beograd.
- [60.] Republički zavod za statistiku.(2012).*Statistički godišnjak republike Srbije.Nacionalni računi za 2012.godinu*.
- [61.] Republički zavod za statistiku.(2011.).*Godišnje struktarno istraživanje o poslovanju privrednih društava*.Beograd.
- [62.] Statistical Commission. 2008 Tourism Satellite Account: *Recommended Methodological Framework (TSA 2008)*. Jointly presented by the United Nations Statistics Division (UNSD), the Statistical Office of the European Communities (EUROSTAT), the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and the World Tourism Organization (UNWTO). Thirty-ninth session.
- [63.] Stynes.D.(1997.).*Economic impact of tourism.A handbook for Tourism Professionals*.Univesity of Illinois.
- [64.] Stynes D., *Approaches to Estimating the Economic Impacts of Tourism*. Michigan State University.
- [65.] Svetski savez za putovanja i turizam.(2005).*Ekonomsko istraživanje putovanja i turizma za Crnu Goru. mart 2005*.
- [66.] Sirše J.,(2004.). *Spremljanje ekonomskega obsega turizma s satelitskimi računi-aktivnosti Sloveniji*. Ljubljana.
- [67.] Šutalo I., Ivandić N., Marušić Z., "Ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske: Input - Output model i satelitski račun turizma" – publikacija (Projekat eksperimentalna TSA 2007 po metodologiji Svetske turističke organizacije – izravni i neizravni učinci turizma RH).
- [68.] Tadayuki H., (2008), *Quantitative Tourism Industry Analysis, Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling, and Tourism Satellite Accounts*.
- [69.] USAID,*Statistika turizma i elaboracija satelitskog računa turizma , misija tehničke pomoći BiH 2006*.
- [70.] United Nations.(2008). International Recommendation for Tourism Statistics, department of Economics and social affairs. Series M No.83/Rev.1.

- [71.] United Nations.(2010.).*International recommendations for Tourism Statistics 2008*.New York.
- [72.] Unković.S.(2010.).*Međunarodni turizam u uslovima ekonomske krize sa posebnim vrhom na Jugoistočnoj Evropi*,Singidunum revija vol.6/No.1.
- [73.] Unković.S., Zečević. B.,(2009.) *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnostEkonomskog fakulteta. Ekonomski fakultet.Beograd..
- [74.] Unković.S., Čačić.K., Bakić O.,(2002.).*Savremena kretanja na turističkom tržištu.*, Ekonomski fakultet u Beogradu., Centar za izdavačku delatnost.,Beograd.
- [75.] UNWTO, UNSD, EUROSTAT, OECD: *Recommended Methodological Framework 2008 Tourism Satellite Account (TSA: RMF 2008)*.
- [76.] UNWTO.(2013.).*World Tourism Barometer* ,volume11..Madrid.
- [77.] UNWTO.,(2010). *Annual Report – A year of recovery*. Madrid.
- [78.] UNWTO.,(2012.). *UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition*.Madrid.
- [79.] UNWTO.,(2010).*TSA data around the World, Worldwide summary*, Madrid.
- [80.] UNWTO.*Basic concepts of the tourism satellite accounts (TSA)*.
- [81.] UNWTO. *Tourism Satellite Account (TSA).Implementation project.Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism. Volume I*. Madir.Spain.
- [82.] UNWTO. (2011.). *Policy and Practice for Global Tourism*.Spain.Madrid.
- [83.] UNWTO.,(2007.). *Enhancing tourism competitiveness*. Business Council. Spain. Madid.
- [84.] UNWTO. (2002). *General guidelines for national tourism administrations (NTAs) relative to the development of the tourism satellite account (TSA)*, Madrid.
- [85.] UNWTO (2011.). *Policy and Practice for Global Tourism*.Spain.Madrid.
- [86.] UNWTO.*General guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA).Measuring Tourism Supply*. Madrid.Spain.
- [87.] UNWTO.(2011.).*Exploring the Full Economic Impact of Tourism Policy Making. Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools*.Madrid.Spain.
- [88.] UNWTO. *General guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA), Measuring total tourism demand* vol1.UNWTO.Madrid.Spain.
- [89.] UNWTO.*General guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA), Measuring tourism demand*, vol1.UNWTO.Madrid.Spain.
- [90.] UNWTO.(2012.) *International Tourism Results and prospects for 2012* Madrid.
- [91.] UNWTO.(2013.).*International tourism results and prospects for 2014*.,Madrid.
- [92.] UNWTO. *Tourism Towards 2030 Global overview*,Madrid.
- [93.] UNWTO.(2013).*The Economic Impact of Tourism: Overview and Examples of Macroeconomic Analysis* Madrid.
- [94.] UNWTO.(2010.).*Positioning Tourism in Economic Policy: Evidence and Some Proposals*.Madrid.

- [95.] 20 Van Ho T.,Pambudi D.,Forsyth P.,Dwyer L.,Hoque S. (2009.), *Development of Regional Tourism Satellite Account: A Case Study from Australia*.
- [96.] Van De Steeg A.,*Accounting for Tourism.The Tourism Satellite Account (TSA) in perspective*. Rijksuniversiteit Groningen.Hague
- [97.] Vanhove N.,(2011.)*The Economics of Tourism Destinations*. Elsevier Butterworth-Heinemann.London.str.147.
- [98.] Vellas F.,(2011). *The indirect impact of tourism: an economic analysis*, Toulouse University,Third Meeting of T20 Tourism Ministers, France.str.6-7.
- [99.] Virola R.,Reyes R.,Polistico F., Oliveros A.,(2011.),*Things Statisticians wanted to know about the Tourism Satellite Account but were afraid to ask*,Iloilo City.
- [100.] Vlada Republike Srbije.(2006). *Strategija razvoja turizma*. Beograd. str.1-4.
- [101.] Vukasović S.,(2010.), *Satelitski obračuni turizma u Srbiji i zemljama EU*. Singidunum revija., Beograd. 6
- [102.] Zavod za statistiku Crne Gore.(2009).*Satelitski računi u turizmu (TSA) za 2009. godinu* i *pod istraživanje*. Podgorica.
- [103.] Wei Ch.,Shuib A., Ramachand S., Herman S.,(2013.).*Applicability of Economic models in estimating tourism impacts*. *Journal of Applied Economics and Business*.vol 1,issue4.
- [104.] Woodside A., Martin D. (2007.), *Tourism management. Analysis, Behaviour and Strategy*. Biddles, Kings Lynn. UK.
- [105.] WTTC.(2015).,*Travel & Tourism.Montenegro Economic Impact Report 2015*.
- [106.] WTTC.(2015).,*Travel & Tourism.Bosnia and Herzegovina Economic Impact Report 2015*.
- [107.] WTTC.(2015). *Travel & Tourism.Croatia Economic Impact Report 2015*.
- [108.] WTTC.(2015).,*Travel & Tourism.Serbia Economic Impact Report 2015*.
- [109.] WTTC.(2015). *Travel & Tourism.Slovenia Economic Impact Report 2015*.
- [110.] WTTC.(2015).,*Travel & Tourism Macedonia Economic Impact Report 2015*.
- [111.] WTTC.(2013).*Methodology for producing the 2013 WTTC/Oxford Economics Travel&Tourism Economic Impact Research*.
- [112.] WTTC.(2012).*Travel and Tourism impact World*.
- [113.] WTTC.,(2013.),*Serbia Travel & Tourism Development Potential 2011-2013*;

Elektronski izvori

- [1.] <http://www.wttc.org/>
- [2.] www.srbija.travel
- [3.] <http://www.srbija.travel/priroda/nacionalni-parkovi/>
- [4.] <http://webzrs.stat.gov.rs/>
- [5.] www.bea.gov
- [6.] www.ine.es
- [7.] www.ssb.no
- [8.] www.nbs.rs/
- [9.] www.stats.gov.nz
- [10.] www.stat.fi
- [11.] <http://www.stat.si/>
- [12.] <http://www.oecd.org/>
- [13.] www.wifo.ac.at
- [14.] <http://www.dzs.hr/>
- [15.] http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european_business/introduction
- [16.] http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/statmanuals/files/TSA_EIM_EN.pdf
- [17.] https://en.wikipedia.org/wiki/Wharton_Econometric_Forecasting_Associates
- [18.] <http://www.oxfordeconomics.com/>
- [19.] <http://www.wttc.org/research/>
- [20.] <http://webzrs.stat.gov.rs/>
- [21.] <http://www.stat.org/cg/>
- [22.] <http://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm>
- [23.] <http://stats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf>
- [24.] http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2013_1.pdf
- [25.] <http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/>
- [26.] <http://statistics.unwto.org/content/conceptual-framework-tourism-statistics-international-recommendations-tourism-statistics-2008>
- [27.] <http://statistics.unwto.org/content/conceptual-framework-tsa-tourism-satellite-account-recommended-methodological-framework-tsar>
- [28.] <http://statistics.unwto.org/publication/yearbook-tourism-statistics-2014-edition>
- [29.] <http://statistics.unwto.org/content/tourism-satellite-account-tsa-data-worldwide-summary>
- [30.] <http://statistics.unwto.org/content/papers>
- [31.] http://ec.europa.eu/index_en.htm
- [32.] <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

- [33.] <http://www2.unwto.org/category/related/unwto/programme/statistics-tourism-satellite-account>
- [34.] 25://travel.trade.gov/research/programs/satellite/
- [35.] <http://10w.abs.gov.au/AusStats/ABS@.nsl/MF/5249.0>
- [36.] 5p://unstats.un.org/unsd/pubs/gesgrid.asp?id=434
- [37.] 105://www.wttc.org/research/benchmarking-travel-tourism/
- [38.] 113://www.ons.gov.uk/ons/rel/tourism/tourism-satellite-account/index.html
- [39.] http://www.nbs.rs/internet/latinica/80/platni_bilans.html
- [40.] <http://www.bea.gov/>
- [41.] www.imf.org/
- [42.] <http://www.tourismconcern.org.uk/resources.html>
- [43.] 164://ih-ra.com/
- [44.] <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/>
- [45.] 163://www.wttc.org/research/economic-impact-research/methodology/
- [46.] 5p://www.wttc.org/research/special-countryregion-reports/serbia-research/
- [47.] <http://www.wttc.org/research/benchmarking-travel-tourism/>
- [48.] 62://wttc-infographic.org/
- [49.] 25://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/s/serbia/
- [50.] 62://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/m/montenegro/
- [51.] 25://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/s/slovenia/
- [52.] 104://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/m/macedonia/
- [53.] 25://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/b/bosnia-and-herzegovina/
- [54.] <http://www.wttc.org/res/50://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/c/croatia/>
- [55.] <http://www.srbija.travel/predstavljen-projekat-simulirana-metodologija-satelitskih-95//ina-za-istrazivanje-i-analizu-turistickog-trzista-u-srbiji/>
- [56.] http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_trends
- [57.] 75://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS
- [58.] http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD/countries/RS?order=wbapi_data_value_2011%20wbapi_data_value&sort=asc&display=default
- [59.] <http://www.singipedia.com/content/623-Satelitski-obracun-turizma-u-Srbiji-i-zemljama-EU>
- [60.] <http://journal.singidunum.ac.rs/paper/adapting-the-tsa-to-measure-economic-contribution-of-tourism-in-serbia.html>

PRILOG: ANKETA

Satelitski račun u turizmu i njegova primena u Srbiji

Sladana Lukasević, naučno istraživački projekat "Satelitski račun u turizmu i njegova primena u Srbiji"

Projektna analiza – UPTNIK

Ovaj upitnik je koncipiran kao segment istraživanja potreba i mogućnosti uvođenja satelitskog računa u turizmu u Srbiji. Podaci prikupljeni ovim putem biće predmet naučne obrade i predstavljeni u okviru doktorske disertacije "Satelitski račun u turizmu i njegova primena u Srbiji", a u sklopu toga biće od izuzetnog značaja za koncipiranje daljih aktivnosti vezanih za kreiranje satelitskog računa u turizmu, njegovog sprovođenja u Srbiji, praćenja ostvarenih rezultata i efekata

Ceneći Vašu profesionalnu kompetentnost i iskustvo, uvereni smo da bi Vaše ocene, stavovi i mišljenja bili dragoceni za ostvarenje navedenih istraživačkih i praktičnih ciljeva, te Vas s toga najljubaznije molimo da popunite ovaj upitnik.

Podaci dobijeni ispitivanjem biće korišćeni isključivo u istraživačke svrhe, odnosno za potrebe izrade navedene disertacije.

Molimo Vas da prilikom odgovaranja na pitanja birate samo jedan od ponuđenih odgovora (osim ako je naznačeno drugačije).

IDEO – OPSTE INFORMACIJE

R.B. PITANJE

ODGOVOR

1.0. Godine starosti (upišite brojevima tačno koliko imate godina):

1.1. Godine radnog staža (upišite brojevima koliko imate godina radnog staža):

1.2. Pol:

ženski
muški

1.3. Školska sprema:

srednja stručna sprema
viša stručna sprema
visoka stručna sprema
visoka stručna sprema – master
magistratura
doktorat

1.4. Vaša pozicija u organizaciji:

top menadžer / direktor
srednji nivo menadžera
niži nivo menadžera
izvršilac poslova

1.5. Tip organizacije:

državna

2

1.6. Da li je delatnost u okviru koje posluje Vaša organizacija:

u delatnosti turizma (hotelijerstva, ugostiteljstva, agencija i sl.)

u drugoj delatnosti

1.7. Navesti organizaciju u kojoj ste zaposleni:

Hoteli

Avio kompanije

Turističke agencije

Statističke organizacije

Narodna banka

Ministarstva

Turističke organizacije

Privredna komora

Ostalo (UPISITE u kućicu)

II DEO – STAVOVI PREMA TURIZMU U SRBIJI

2.0. Da li smatrate da turizam ima značajan uticaj na privredu naše zemlje?

da

ne

2.1. Zašto tako mislite? (Upišite svoj odgovor u polje ispod pitanja)

2.2. Kako biste procenili trenutno dostignut stepen razvoja turizma u Srbiji?

veoma visok

visok

srednji

nizak

veoma nizak

2.3. Da li smatrate da Srbija sa raspoloživim potencijalima ima realne izgleda da u narednim godinama značajnije razvija turističku ponudu?

da
ne

III DEO – UPOZNATOST SA SATELITSKIM RAČUNOM:

3.0. Da li ste čuli za satelitski račun u turizmu:

da
ne

3.1. Da li ste informisani sa metodologijom koja služi u izradi satelitskog računa turizma?

Veoma dobro sam upoznat/a sa ovom metodologijom
Donekle sam upoznat/a sa ovom metodologijom
Znam jako malo o ovoj metodologiji
Ne znam ništa o ovoj metodologiji

3.2. Da li ste čuli da je WTTC (World Travel & Tourism Council) razvio simulirani satelitski račun u turizmu za Srbiju?

da
ne

3.3. Da li ste možda bili član radne grupe za uvođenje simuliranog satelitskog računa u Srbiji?

da
ne

IV DEO – IDENTIFIKACIJA POTREBA ZA SATELITSKI RAČUN U TURIZMU

4.0. Da li smatrate da bi Srbija trebalo da ima razvijen satelitski račun za potrebe turizma?

da
ne

4.1. Zašto tako mislite? (Upišite svoj odgovor u polje ispod pitanja)

--

4.2. Da li mislite da je potrebno sprovesti dodatna istraživanja za potrebe satelitskog računa u turizmu?

da
ne

4.3. Da li smatrate da bi Vam bilo korisno da se dodatno obrazujete za rad sa satelitskim računom?

da	
ne	

4.4. Koje sve prepreke Vi percipirate za uvođenje satelitskog računa u turizmu u Srbiji? (Moguće označiti više ponuđenih odgovora)

administrativne	
finansijske	
obrazovne	
zakododavne (institucionalne)	
drugo (L/PI/SITE u kućicu)	
nema prepreka za uvođenje	

4.5. A koja je po Vama najveća prepreka? (Označite samo jedan odgovor)

administrativna	
finansijska	
obrazovna	
zakododavna (institucionalne)	
drugo (L/PI/SITE u kućicu)	
nema prepreka za uvođenje	

2

4.6. Da li smatrate da je država stvorila sve preduslove za proces uvođenja TSA:

Da, država je stvorila sve preduslove	
Stvorila je samo neke od preduslova	
Nije stvorila preduslove	

5.0. Po Vašem mišljenju da li će satelitski račun u turizmu kod nas... (obeležite jedan odgovor u svakom redu)

obezbediti sveobuhvatnu analizu turističke privrede u Srbiji	
obezbediti bolje razumevanje vrednosti tržišta turističkih usluga u Srbiji	
obezbediti da turizam kod nas bude precizno izmeren i uporediv sa drugim privrednim delatnostima	
obezbediti uvid u doprinos turizma BDP-u	
identifikovati one delatnosti koje su povezane sa turizmom	

D	uglavnom da	uglavnom ne	N	E
A				

2

5.1. Kakve efekte, po Vašem mišljenju, treba da ima uvođenje TSA? (obeležite jedan odgovor u svakom redu)

- da pomogne vođenju ekonomske politike i donošenju pravih odluka u interesu zemlje
- da se izračuna učešće turizma u ukupnoj privredi zemlje, zaposlenost u turizmu, turistički izvoz/investicije
- da obezbedi precizniji uvid u obim turističkih usluga u Srbiji
- da unapredi znanja i informacije o turističkoj delatnosti
- da obezbedi predvidost turističke delatnosti sa drugim zemljama u svetu primenjujući međunarodnu metodologiju
- da unapredi statistička istraživanja turizma Srbije u skladu sa međunarodnim standardima i metodologijom
- da prati razvoj turističke ponude kroz makroekonomske pokazatelje i u skladu sa tim ekonomske efekte te ponude na privredu

5.2. Da li smatrate da je satelitski račun u turizmu neophodan Srbiji:

- da
- ne

5.3. Zašto tako mislite? (Upišite svoj odgovor u polje ispod pitanja)

5.4. Da li znate da postoji neki drugi jednako dobar alternativni način da se meri uticaj turizma na privredu zemlje?

- da
- ne

5.5. Ukoliko znate alternativni način merenja i u kojoj zemlji se primenjuje, navedite ga ovde (Upišite svoj odgovor u polje ispod pitanja)

2

Zahvaljujemo Vam na saradnji, izdvojenom vremenu i doprinosu koji ste pružili ovom istraživanju!

D A	uglavnom da	uglavnom ne	N E

SATELITSKI RAČUN U TURIZMU I NJEGOVA PRIMENA U SRBIJI

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

www.usaidcca.ba

Internet

964 words — 1%

www.singipedia.singidunum.ac.rs

Internet

690 words — 1%

home.gwu.edu

Internet

605 words — 1%

Jovanovic, Verka, and Sladjana Vukasovic.
"10.5937/sjas11-4463 = Adapting the TSA to
measure economic contribution of tourism in Serbia",
Singidunum Journal of Applied Sciences, 2014.

CrossCheck

481 words — 1%

wttc.org

Internet

359 words — 1%

www.singipedia.com

Internet

330 words — < 1%

webrzs.stat.gov.rs

Internet

310 words — < 1%

hrcak.srce.hr

Internet

294 words — < 1%

www.rmfi.is

Internet

196 words — < 1%

unstats.un.org

Internet

171 words — $< 1\%$

aebjournal.org

Internet

155 words — $< 1\%$

www.cbs.nl

Internet

147 words — $< 1\%$

www.gom.cg.yu

Internet

129 words — $< 1\%$

www.cek.ef.uni-lj.si

Internet

113 words — $< 1\%$

epp.eurostat.ec.europa.eu

Internet

92 words — $< 1\%$

www.mg.gov.si

Internet

90 words — $< 1\%$

dtx tq4w60xqp w.cloudfront.net

Internet

89 words — $< 1\%$

www.iztzg.hr

Internet

84 words — $< 1\%$

[Tourism Review, Volume 66, Issue 4 \(2011-11-26\)](#)

Publications

81 words — $< 1\%$

miun.diva-portal.org

Internet

72 words — $< 1\%$

astro.temple.edu

Internet

71 words — $< 1\%$

www.congress.is

Internet

68 words — $< 1\%$

www.vps.ns.ac.rs

Internet

62 words — $< 1\%$

statistics.unwto.org

Internet

61 words — $< 1\%$

en.wikipedia.org

Internet

57 words — $< 1\%$

Tullio Buccellato. "The Experimental Tourism Satellite Account for the United Kingdom (E-UKTSA)", Economic & Labour Market Review, 10/2010

CrossCheck

56 words — $< 1\%$

www.mint.hr

Internet

52 words — $< 1\%$

www.e-unwto.org

Internet

48 words — $< 1\%$

theseus.fi

Internet

48 words — $< 1\%$

www.gmbusiness.biz

Internet

47 words — $< 1\%$

www.gws-os.com

Internet

43 words — $< 1\%$

Giannopoulos, K., and B. Boutsinas. "Tourism Satellite Account Support Using Online Analytical Processing", Journal of Travel Research, 2014.

CrossCheck

42 words — $< 1\%$

e-lib.efst.hr

Internet

41 words — $< 1\%$

papiri.rs

Internet

40 words — $< 1\%$

www.opatija.eu

Internet

39 words — < 1%

Cerovic, Slobodan, Miroslav Knezevic, Natasa Sekulovic, Dragoljub Barjaktarovic, and Filip Djokovic. "The impact of economic crisis and non-economic factors on the tourism industry in Zlatibor", The European Journal of Applied Economics, 2015.

CrossCheck

37 words — < 1%

cbcg.me

Internet

37 words — < 1%

www.think-atl.es

Internet

36 words — < 1%

bournemouth.eprints.org

Internet

34 words — < 1%

is.muni.cz

Internet

34 words — < 1%

www.tdmszovetseg.eu

Internet

34 words — < 1%

Munday, Max, Karen Turner, and Calvin Jones. "Accounting for the carbon associated with regional tourism consumption", Tourism Management, 2013.

CrossCheck

34 words — < 1%

www.empresafomalturismolegal.com.br

Internet

32 words — < 1%

www.tv37.net

Internet

31 words — < 1%

ea.ekof.bg.ac.rs

Internet

31 words — < 1%

www.sabor.hr

Internet

30 words — < 1%

www.emc-review.com

Internet

30 words — < 1%

katalog.hacettepe.edu.tr

Internet

30 words — < 1%

doisrpska.nub.rs

Internet

28 words — < 1%

touroperater.com

Internet

28 words — < 1%

www.bogotaturismo.gov.co

Internet

28 words — < 1%

uhero.hawaii.edu

Internet

27 words — < 1%

Kabok, Jozef. "Investment model in higher education from the perspective of increasing the employment rate of graduate students", Megatrend revija, 2014.

CrossCheck

26 words — < 1%

www.cqm.rs

Internet

26 words — < 1%

publications.theseus.fi

Internet

25 words — < 1%

www.ekonomija.ac.me

Internet

25 words — < 1%

camim.ktk.pte.hu

Internet

24 words — < 1%

eprints.bournemouth.ac.uk

Internet

24 words — < 1%

Stephen L. J. Smith. "The Measurement of Global Tourism: Old Debates, New Consensus, and Continuing Challenges", A Companion to Tourism, 01/01/2004

CrossCheck

24 words — < 1%

0013-3264, 2004

Publications

24 words — < 1%

"CRNOGORSKI EKONOMSKI TRENDVI", Montenegro Economic Trends/14513617, 20100401

Publications

23 words — < 1%

www.idc.co.za

Internet

22 words — < 1%

www.emf-fem.org

Internet

22 words — < 1%

library.uniteddiversity.coop

Internet

22 words — < 1%

www.greenhome.co.me

Internet

22 words — < 1%

epublications.uef.fi

Internet

21 words — < 1%

D HARA. "Introduction to Tourism Satellite Accounts", Quantitative Tourism Industry Analysis, 2008

CrossCheck

20 words — < 1%

www.visitalderney.com

Internet

20 words — < 1%

www.icarus.rs

Internet

20 words — < 1%

www.bhas.ba

Internet

20 words — < 1%

www.uws.ac.uk

Internet

20 words — < 1%

Đoković, Filip, and Dženan Kulović.
"STRATEGIJSKO ODLUČIVANJE U
HOTELIJERSTVU", Socioeconomica, 2013.

CrossCheck

19 words — < 1%

Radunović, Mira. "Tourism development in
Montenegro", Entrepreneurial Economy/14516659,
20051201

Publications

19 words — < 1%

0038-982X, 2004

Publications

18 words — < 1%

repositorio.unb.br

Internet

17 words — < 1%

rpaltd.co.uk

Internet

17 words — < 1%

www.klimatskipromeni.mk

Internet

17 words — < 1%

eprints.ugd.edu.mk

Internet

17 words — < 1%

ibdigital.uib.es

Internet

17 words — < 1%

Vukovic, Dubravka. "Multi-criteria selection of
UPPT subsystems by a social community: The
'Beovoz' case study", Tehnika, 2014.

CrossCheck

17 words — < 1%

ds.anadolu.edu.tr

Internet

17 words — < 1%

susproc.jrc.ec.europa.eu

Internet

16 words — < 1%

www.eucentre.sg

Internet

16 words — < 1%

Goffi, Gianluca, and Marco Cucculelli.

"Components of destination competitiveness. The case of small tourism destinations in Italy", International Journal of Tourism Policy, 2014.

CrossCheck

16 words — < 1%

utilus.hr

Internet

16 words — < 1%

people.etf.unsa.ba

Internet

16 words — < 1%

balkans-l3.aljazeera.net

Internet

16 words — < 1%

www.europeantravelpolicy.com

Internet

16 words — < 1%

www.nscb.gov.ph

Internet

16 words — < 1%

www.irazoo.com

Internet

16 words — < 1%

basijcssc.ir

Internet

15 words — < 1%

users.du.se

Internet

15 words — < 1%

www.sphinxx.com.au

Internet

14 words — < 1%

Kalić, Ismet. "FINANSIJSKO TRŽlŠTE I NJEGOV ZNAČAJ ZA UPRAVLJANJE NOVČANIM TOKOVIMA

14 words — < 1%

programmers.luv.asn.au

Internet

13 words — < 1%

Morales, Ruth Rios, Dragan Gamberger, and Ian
Jenkins. "Modelling the interaction of tourism and
international development", J for Global Business Advancement,
2013.

CrossCheck

13 words — < 1%

www.vrelegume.rs

Internet

13 words — < 1%

www.google.com

Internet

12 words — < 1%

www.kombeg.org.yu

Internet

12 words — < 1%

www.forum-srbija.com

Internet

12 words — < 1%

stat.gov.ba

Internet

12 words — < 1%

0025-8555, 2007

Publications

12 words — < 1%

Djordjevic, Milan, Slobodanka Milicevic-Misic, and
Simonida Seskar-Stojancov. "Corrosive poisoning:
Case report", Timocki medicinski glasnik, 2014.

CrossCheck

12 words — < 1%

www.mcser.org

Internet

11 words — < 1%

chart-mining.com

Internet

11 words — < 1%

www.bluecommunity.info

Internet

11 words — < 1%

Hadjikakou, M., J. Chenoweth, G. Miller, A. Druckman, and G. Li. "Rethinking the Economic Contribution of Tourism: Case Study from a Mediterranean Island", Journal of Travel Research, 2013.

CrossCheck

11 words — < 1%

0350-1752, 2003

Publications

11 words — < 1%

www.kreativnaekonomija.net

Internet

11 words — < 1%

www.uth.gr

Internet

11 words — < 1%

www.tdx.cat

Internet

11 words — < 1%

mascontour.net

Internet

10 words — < 1%

Predrag, Petrovic. "Testing of empirical grounds for theoretical models of real exchange rate: Research of real exchange rate between RSD and Euro", Industrija, 2013.

CrossCheck

10 words — < 1%

www.ire.eco.usi.ch

Internet

10 words — < 1%

www.readbag.com

Internet

10 words — < 1%

mgpuzo.org

Internet

10 words — < 1%

www.ons.gov.uk

Internet

10 words — < 1%

carlitosvillena.blogspot.com

Internet

9 words — < 1%

ilymun.org

Internet

9 words — < 1%

www.theseus.fi

Internet

9 words — < 1%

etds.nkuht.edu.tw

Internet

9 words — < 1%

www.fino.ba

Internet

9 words — < 1%

www.researchgate.net

Internet

9 words — < 1%

"Nepovoljna gospodarska kretanja", Economic Trends & Economic Policy, 2012.

Publications

9 words — < 1%

www.clds.org.yu

Internet

9 words — < 1%

www.rcfea.org

Internet

9 words — < 1%

crt.dk

Internet

9 words — < 1%

www.emins.org

Internet

9 words — < 1%

fms-tivat.me

Internet

9 words — < 1%

www.zzotk.ba

Internet

9 words — < 1%

www.vlada.hr

Internet

9 words — < 1 %

Šarganović, Haris. "ULOGA FISKALNE KONSOLIDACIJE BUDŽETA ZA MAKROEKONOMSKU STABILNOST I EKONOMSKI RAST BiH", Business Consultant / Poslovni Konsultant, 2013.

Publications

9 words — < 1 %

Ma, Tao, Tao Hong, and Haozhe Zhang. "Tourism spatial spillover effects and urban economic growth", Journal of Business Research, 2015.

CrossCheck

8 words — < 1 %

www.ekonomist.co.yu

Internet

8 words — < 1 %

hr.wikipedia.org

Internet

8 words — < 1 %

tzomedulin.org

Internet

8 words — < 1 %

www.bankar.me

Internet

8 words — < 1 %

www.mojnovac.net

Internet

8 words — < 1 %

www.banjakoviljaca.org

Internet

8 words — < 1 %

www.cistoca-zadar.hr

Internet

8 words — < 1 %

Vukovic, Darko. "Correlation analysis of indicators of regional competitiveness: The case of the Republic of Serbia", Ekonomski horizonti, 2013.

CrossCheck

8 words — < 1 %

www.aah.rs

Internet

8 words — < 1%

www.srbija.travel

Internet

8 words — < 1%

Hurić and - Bjelan, Jasmina. "KRIZA U OKVIRIMA FISKALNIH PRAVILA EVROPSKE UNIJE", Business Consultant / Poslovni Konsultant, 2013.

Publications

8 words — < 1%

udruga-gradova.hr

Internet

8 words — < 1%

www.hak.hr

Internet

8 words — < 1%

ho-partner.rs.sr

Internet

8 words — < 1%

sr.wikipedia.org

Internet

8 words — < 1%

www.smip.sv.gov.yu

Internet

8 words — < 1%

downloads.isee.biz

Internet

8 words — < 1%

Buđar, Mirjana. "Gramatikalizacija i sekundarni prijedlozi glagolskoga i

imenikoga porijekla", Jezikoslovlje/13317202, 20091201

Publications

8 words — < 1%

www.tehnohemija.com

Internet

8 words — < 1%

www.statistik.at

Internet

8 words — < 1%

[newclimateeconomy.report](#)

Internet

8 words — < 1%

[www.paragraf.rs](#)

Internet

8 words — < 1%

[www2.unwto.org](#)

Internet

8 words — < 1%

[www.gov.me](#)

Internet

8 words — < 1%

[www.poverenik.co.rs](#)

Internet

8 words — < 1%

[dss.rs](#)

Internet

8 words — < 1%

Varga, Matija. "PRIKAZ INFORMACIJSKOG
MODELA RAČUNOVODSTVENOG
SUSTAVA", Ekonomski Vjesnik, 2011.

Publications

8 words — < 1%

[dei.gov.ba](#)

Internet

8 words — < 1%

[jasid.org](#)

Internet

8 words — < 1%

Sun, Xiaoxia, Christina Geng-Qing Chi, and
Honggang Xu. "DEVELOPING DESTINATION
LOYALTY: THE CASE OF HAINAN ISLAND", Annals of Tourism
Research, 2013.

CrossCheck

7 words — < 1%

Peeters, Paul M., and Eke Eijgelaar. "Tourism's
climate mitigation dilemma: Flying between rich and
poor countries", Tourism Management, 2014.

CrossCheck

6 words — < 1%

EROL, Nermin and ÜNLÜÖNEN, Kurban. "Turizm sektörü uydu

hesapları güncellemeleri ve Türkiye turizm istatistiklerinin elde edilmesi", Dicle Üniversitesi, 2014.

Publications

6 words — < 1%

Etzo, Ivan, Carla Massidda, and Romano Piras. "Migration and outbound tourism: Evidence from Italy", Annals of Tourism Research, 2014.

CrossCheck

6 words — < 1%

Akkemik, K.A.. "Assessing the importance of international tourism for the Turkish economy: A social accounting matrix analysis", Tourism Management, 201208

CrossCheck

6 words — < 1%

Philander. Encyclopedia of Global Warming and Climate Change

Publications

6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE MATCHES OFF