

**УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУМУ
БЕОГРАД**

**ДЕПАРТМАН ЗА ПОСЛЕДИПЛОМСКЕ СТУДИЈЕ И
МЕЂУНАРОДНУ САРАДЊУ**

ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

**УЛОГА МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И
ИНСТИТУЦИЈА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА СРБИЈЕ**

МЕНТОР

Проф. др Јован Попеску

КАНДИДАТ

Мр Споменка Пауновић

БЕОГРАД, 2014. година

САДРЖАЈ

АПСТРАКТ	13
ABSTRACT	14
СКРАЋЕНИЦЕ	15
УВОД	20

ПРВИ ДЕО

УТИЦАЈ МЕЂУНАРОДНИХ, РЕГИОНАЛНИХ И ЛОКАЛНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

I МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И ИНСТИТУЦИЈЕ ЗНАЧАЈНЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА	28
1. ОРГАНИЗАЦИЈЕ И АГЕНЦИЈЕ УЈЕДИЊЕНИХ НАЦИЈА	33
1.1. Светска туристичка организација (UNWTO).....	35
1.2. Организација УН за образовање, науку и културу (UNESCO)	40
1.3. Програм УН за животну средину (UNEP).....	43
1.4. Програм УН за развој (UNDP).....	45
1.5. Светска трговинска организација (WTO).....	46
2. ГРУПА СВЕТСКЕ БАНКЕ	50
2.1. Међународна финансијска корпорација (IFC)	51
2.2. Мултилатерална агенција за гарантовање инвестиција (MIGA).....	53
3. СВЕТСКИ САВЕТ ЗА ПУТОВАЊА И ТУРИЗАМ (WTTC)	56
4. МЕЂУНАРОДНО УДРУЖЕЊЕ ТУРИСТИЧКИХ АГЕНЦИЈА И ОРГАНИЗАТОРА ПУТОВАЊА (UFTAA)	57
5. МЕЂУНАРОДНА ТУРИСТИЧКА АЛИЈАНСА (AIT)	60
6. МЕЂУНАРОДНО УДРУЖЕЊЕ ХОТЕЛА И РЕСТОРАНА (IH&RA)	62

II ЕВРОПСКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И ИНСТИТУЦИЈЕ ЗНАЧАЈНЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА 65

1. ЕВРОПСКА УНИЈА (ЕУ).....	65
1.1. Мере и активности Европске уније у области туризма.....	69
1.2. Програми Европске уније за развој туризма.....	72
1.2.1. Програми усмерени на проширивање знања из области туризма.....	74
1.2.2. Програми намењени локалном и регионалном развоју	76
1.2.3. Програми помоћи земљама централне и источне Европе	78
1.2.4. Програми за развој малих и средњих предузећа у туризму.....	80
1.2.5. Истраживачки и технолошки развој у туризму	83
1.2.6. Програми из области заштите животне средине и одрживог развоја.....	85
1.2.7. Програми развоја и заштите културног наслеђа Европе.....	86
1.2.8. Програми запошљавања у туризму	91
1.2.9. Промоција / оглашавање / аудио-визуелна индустрија.....	92
1.3. Фондови Европске уније за финансирање програма из области туризма.....	94
1.3.1. Структурни фондови	96
1.3.2. Кохезиони фондови	98
1.4. Институције Европске уније значајне за развој туризма.....	102
1.4.1. Европска туристичка комисија (ЕТС).....	102
1.4.2. Европско удружење хотела, ресторана и кафана (HOTREC).....	105
1.4.3. Европска акциона група за путовања и туризам (ЕТАГ)	107
1.4.4. Савез националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања ЕУ (ЕСТАА).....	107
1.4.5. Европска инвестициона банка (ЕИБ).....	108
2. ЕВРОПСКА БАНКА ЗА ОБНОВУ И РАЗВОЈ (ЕВРД).....	111
3. ОРГАНИЗАЦИЈА ЗА ЕКОНОМСКУ САРАДЊУ И РАЗВОЈ (ОЕСД)	112
4. ЕВРОПСКА ФЕДЕРАЦИЈА ЗА СЕОСКИ ТУРИЗАМ (EuroGites)	114
5. ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОБЛИЦИ САРАДЊЕ У ПОДУНАВЉУ	116
5.1. Дунавска комисија	117
5.2. Радна заједница подунавских земаља.....	118
5.3. Процес дунавске сарадње.....	119
5.4. Дунавска туристичка комисија (ДТС).....	120
5.5. Дунавски центар за компетенцију (ДСС).....	121

ДРУГИ ДЕО

УТИЦАЈ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

I ОЦЕНА СТАЊА У ТУРИЗМУ СРБИЈЕ И МОГУЋНОСТИ ЗА ПОБОЉШАЊЕ.....	123
1. САДАШЊЕ СТАЊЕ И ОЧЕКИВАНЕ ПРОМЕНЕ.....	123
2. ОБИМ И СТРУКТУРА СМЕШТАЈНИХ КАПАЦИТЕТА.....	128
3. ОСТВАРЕНИ ПРИХОДИ И РАСХОДИ ПО ОСНОВУ ДОМАЋЕГ И ИНОСТРАНОГ ТУРИЗМА.....	133
4. ВАЛОРИЗАЦИЈА РАСПОЛОЖИВИХ ТУРИСТИЧКИХ ПОТЕНЦИЈАЛА	140
II АНАЛИЗА ОДНОСА ИЗМЕЂУ СТРАНИХ УЛАГАЊА И РАЗВОЈА ТУРИЗМА СРБИЈЕ.....	143
1. УТИЦАЈ СТРАНИХ УЛАГАЊА И ПОСЛЕДИЦЕ ПРИВАТИЗАЦИЈЕ У УГОСТИТЕЉСТВУ И ТУРИЗМУ НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА СРБИЈЕ.....	150
2. УТИЦАЈ СТРАНИХ УЛАГАЊА НА РЕЗУЛТАТЕ ТУРИСТИЧКОГ ПОСЛОВАЊА.....	154
III УТИЦАЈ ПОЈЕДИНИХ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА СРБИЈЕ	158
1. ПРОЈЕКТИ UNWTO ЗА СРБИЈУ	159
2. ПРОЈЕКТИ UNDP ЗА СРБИЈУ	163
3. ПРОЈЕКТИ ГРУПЕ СВЕТСКЕ БАНКЕ У СРБИЈИ	165
4. ПРОЈЕКТИ ЕУ У СРБИЈИ.....	167
5. ПРОЈЕКТИ ЕИВ У СРБИЈИ	169
6. САРАДЊА СРБИЈЕ СА ОЕСД У ТУРИЗМУ.....	170

**IV АКТИВНОСТИ ИНОСТРАНИХ ВЛАДИНИХ
ОРГАНИЗАЦИЈА У ТУРИЗМУ СРБИЈЕ 171**

**1. ПОСЕБНЕ ИНОСТРАНЕ ВЛАДИНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ КОЈЕ ДЕЛУЈУ У
СРБИЈИ 171**

- 1.1. Агенција САД за међународни развој (USAID)..... 171
- 1.2. Немачка организација за техничку сарадњу (GIZ)..... 174
- 1.3. Швајцарски програм сарадње са Србијом (SDC) 177
- 1.4. Аустријска развојна агенција (ADA) 180
- 1.5. Јапанска агенција за међународну сарадњу (JICA) 182

**2. ПРОЈЕКТИ У СРБИЈИ ФИНАНСИРАНИ СРЕДСТВИМА
МЕЂУНАРОДНЕ РАЗВОЈНЕ ПОМОЋИ 184**

ТРЕЋИ ДЕО

**НЕОПХОДНОСТ САРАДЊЕ СА МЕЂУНАРОДНИМ
ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ИНСТИТУЦИЈАМА У ТУРИЗМУ КАО
ЧИНИЛАЦ КОНКУРЕНТНОСТИ ТУРИЗМА СРБИЈЕ**

**I МОДЕЛИРАЊЕ РАЗВОЈНИХ ТУРИСТИЧКИХ МОГУЋНОСТИ
И ПОТРЕБА СРБИЈЕ 188**

1. УЛАГАЊА У ТУРИСТИЧКУ ПРИВРЕДУ СРБИЈЕ 188

2. ПОЗИЦИОНИРАЊЕ ТУРИЗМА СРБИЈЕ 194

- 2.1. Постављање развојне туристичке политике..... 198
- 2.2. Примена савремених инструмената међународне туристичке политике..... 202

3. УЛОГА ЗАКОНСКИХ РЕШЕЊА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА СРБИЈЕ 206

- 3.1. Законска решења Републике Србије у туризму 206
- 3.2. Подзаконска акта Републике Србије у туризму 208

**II СТРАТЕГИЈА БУДУЋИХ ОДНОСА СРБИЈЕ СА
МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ИНСТИТУЦИЈАМА
У ТУРИЗМУ 212**

**1. САРАДЊА СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА КАО
ПРЕТПОСТАВКА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗАМА СРБИЈЕ 212**

- 1.1. Значај чланства Србије у Светској туристичкој организацији 215
- 1.2. Укључивање у специфичне активности Европске уније за унапређење
конкурентности туристичког сектора 217

1.3. Јачање туризма Србије кроз регионалне интеграционе иницијативе.....	219
2. БУДУЋИ ТРЕНДОВИ И ПРОМЕНЕ У ТУРИЗМУ	222
III АНКЕТА ЕКСПЕРАТА О УЛОЗИ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА СРБИЈЕ.....	227
1. ИСТРАЖИВАЊЕ – АНКЕТА О УЛОЗИ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА	227
1.1. Циљеви испитивања	227
1.2. Узорак испитивања (експерти и познаваоци домаћих и међународних туристичких организација и институција)	228
1.3. Резултати анкете	230
1.3.1. Најбитније међународне организације и институције за развој туризма	231
1.3.2. Добре стране сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму.....	232
1.3.3. Лоше стране сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму.....	233
1.3.4. Инструменти међународних организација у туризму и оцена њихове ефикасности.....	234
1.3.5. Оцена стања у туризму Србије	235
1.3.6. Усклађеност туристичке понуде и туристичке тражње Србије	236
1.3.7. Утицај страних улагања на развој туризма Србије.....	238
1.3.8. Сарадња Србије са међународним организацијама и институцијама и земљама (билатерално) и одобрени пројекти у туризму	239
1.3.9. Међународни стандарди у туризму и колико су прихваћени и примењени у домаћем законодавству и пракси.....	240
1.3.10. Резултати туристичке привреде Србије – може ли боље?	242
1.3.11. Главни проблеми туристичке привреде Србије и препреке на путу даљег развоја	243
1.3.12. Извори финансијских средства за развој туризма Србије	245
1.3.13. Будући стратешки правци деловања Србије у туризму	245
1.3.14. Питања и констатације о улози међународних организација и институција у развоју туризма.....	248
2. АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА И ЗАКЉУЧЦИ АНКЕТНОГ ИСТРАЖИВАЊА	249
ЗАКЉУЧАК.....	255
ПРИЛОЗИ.....	267
ЛИТЕРАТУРА.....	292

СПИСАК ПРИЛОГА

- Прилог бр. 1: Струковне туристичке организације, према областима деловања
- Прилог бр. 2: Међународне владине и невладине организације у туризму
(са директним или индиректним утицајем на туризам)
- Прилог бр. 3: Регионалне владине и невладине организације у туризму
- Прилог бр. 4: Неке значајније етапе у процесу стварања и рада UNWTO
- Прилог бр. 5: MIGA пројекти у туризму
- Прилог бр. 6: Међународне туристичка кретања, 1950.-2006.
- Прилог бр. 7: Извори финансијских средстава Европске уније за развој појединих области туризма
- Прилог бр. 8: Документа UNWTO у функцији развоја туризма
- Прилог бр. 9: Међународна документа о одрживом развоју туризма
- Прилог бр. 10: Анкета: Улога међународних организација и институција у развоју туризма Србије
- Прилог бр. 11: Учесници анкете
- Прилог бр. 12: Анкета: Листа експерата који су учествовали у анкети о улози међународних организације и институција у развоју туризма (по одабраним земљама)
- Прилог бр. 13: Најбитније међународне организације и институције за развој туризма
- Прилог бр. 14: Анализа корелације између страних директних инвестиција и BDP
- Прилог бр. 15: Иновативни туристички производи интересантни за страна улагања и развој туризма Србије
- Прилог бр. 16: Билатерални споразуми наше земље у области туризма

СПИСАК ТАБЕЛА, ГРАФИКОНА И ДИЈАГРАМА

ПРВИ ДЕО

I МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И ИНСТИТУЦИЈЕ ЗНАЧАЈНЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

ТАБЕЛЕ:

Табела бр. 1: Модел пружања услуга - GATS

ГРАФИКОНИ:

Графикон бр. 1: Одобрене гаранције MIGA по секторима (%) – у јуну 2006.

Графикон бр. 2: Одобрене гаранције MIGA по секторима (%) – у јуну 2013.

II ЕВРОПСКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И ИНСТИТУЦИЈЕ ЗНАЧАЈНЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

ТАБЕЛЕ:

Табела бр. 1: Програми ЕУ везани за развој туризма

Табела бр. 2: План алокације средстава IPA, 2007-2013.

Табела бр. 3: Програми ЕУ у домену културе који промовишу туризам

Табела бр. 4: Структурни фондови ЕУ који се користе у туризму

Табела бр. 5: Укупни износи потписаних финансијских уговора EIB, 2007-2012.

ГРАФИКОНИ:

Графикон бр. 1: Програм „Путеви културе“, учешће по земљама, 2011.

Графикон бр. 2: Чланице ЕТС (националне туристичке организације)

ДРУГИ ДЕО

I ОЦЕНА СТАЊА У ТУРИЗМУ СРБИЈЕ И МОГУЋНОСТИ ЗА ПОБОЉШАЊА

ТАБЕЛЕ:

Табела бр. 1: Индекси физичког обима услуга путничког саобраћаја

Табела бр. 2: Структура коришћења превозних средстава у међународном промету

Табела бр. 3: Кретање броја лежаја у укупним смештајним капацитетима Србије,
1995-2012.

- Табела бр. 4: Упоредни преглед категорисаних хотелских капацитета, у 2010, 2011. и 2012. години
- Табела бр. 5: Структура смештаја у хотелима и гарни хотелима у 2012. години
- Табела бр. 6: Девизни прилив Србије од туризма, 2008-2012.
- Табела бр. 7: Структура девизног прилива од туризма у Републици Србији, 2003-2012.
- Табела бр. 8: Структура девизног одлива од туризма у Републици Србији, 2003-2012.

ГРАФИКОНИ:

- Графикон бр. 1: Распољиви смештајни капацитети у Републици Србији, 1995-2012.
- Графикон бр. 2: Просторна дистрибуција смештајних капацитета у Републици Србији, укупан број лежаја, 2011.
- Графикон бр. 3: Укупан девизни прилив и одлив од туризма Србије по земљама, месечни приказ (I-XII 2012. године)
- Графикон бр. 4: Најзначајније земље у девизном приливу од туризма Србије, јануар-децембар 2013.
- Графикон бр. 5: Најзначајније земље у девизном одливу од туризма Србије, јануар- децембар 2013.
- Графикон бр. 6: Кретање броја остварених долазака туриста у Србију, 1948-2012.
- Графикон бр. 7: Кретање броја остварених ноћења туриста у Србији, 1948-2012.

II АНАЛИЗА ОДНОСА ИЗМЕЂУ СТРАНИХ УЛАГАЊА И РАЗВОЈА ТУРИЗМА СРБИЈЕ

ТАБЕЛЕ:

- Табела бр. 1: Стране директне инвестиције и BDP у Републици Србији
- Табела бр. 2: Парови података о висини прилива страних директних инвестиција и BDP у Републици Србији (у Прилогу бр. 14)
- Табела бр. 3: Основни елементи за израчунавање линеарне регресије односа прилива страних директних инвестиција и висине BDP Србије (у Прилогу бр. 14)
- Табела бр. 4: Остали елементи за израчунавање линеарне регресије односа страних директних инвестиција и BDP Србије (у Прилогу бр. 14)
- Табела бр. 5: Приватизација предузећа у области угоститељства и туризма, путем аукцијске продаје, 2002-2012.
- Табела бр. 6: Приватизација предузећа у области угоститељства и туризма, путем тржишта капитала, 2002-2012.

ГРАФИКОНИ:

- Графикон бр. 1: Дијаграм растурања парова података о висини прилива страних директних инвестиција и BDP Србије, 2001-2011.

(у Прилогу бр. 14)

Графикон бр. 2: Графички приказ регресије према изворним подацима
(однос SDI и BDP у Србији)

(у Прилогу бр. 14)

Графикон бр. 3: Дијаграм односа страних директних улагања и BDP Србије

Графикон бр. 4: Паралелни приказ страних директних инвестиција, у Србији
и Хрватској, 2001-2011.

ДИЈАГРАМИ:

Дијаграм бр. 1: Утицај финансијских улагања међународних организација и
финансијских институција на развој туризма

Дијаграм бр. 2: Остали утицаји међународних организација и финансијских
институција на развој туризма
(изузев улагања финансијских средства)

III УТИЦАЈ ПОЈЕДИНИХ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

ТАБЕЛЕ:

Табела бр. 1: Пројекти Групе СБ у Републици Србији

ГРАФИКОНИ:

Графикон бр. 1: Позајмице Србији од Групе СБ, 2008-2011.

IV АКТИВНОСТИ ИНОСТРАНИХ ВЛАДИНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА У ТУРИЗМУ СРБИЈЕ

ГРАФИКОНИ:

Графикон бр. 1: Преглед најављених средстава Швајцарске и процене реализације
- укључујући и програме реализоване са SDC

Графикон бр. 2: Процена реализације међународне помоћи по секторима,
од 2000. до 2013. године

ТРЕЋИ ДЕО

I МОДЕЛИРАЊЕ РАЗВОЈНИХ ТУРИСТИЧКИХ МОГУЋНОСТИ И ПОТРЕБА СРБИЈЕ

ТАБЕЛЕ:

Табела бр. 1: Исплате за инвестиције у основне фондове, по изворима финансирања, 2010.

Табела бр. 2: Укупне остварене инвестиције у основне фондове, по техничкој структури, делатности и седишту инвеститора, 2010.

Табела бр. 3: Субвенције у области туризма из Буџета Републике Србије, 2003-2012.

Табела бр. 4: SWOT-PEST анализа Србије као туристичке дестинације

II СТРАТЕГИЈА БУДУЋИХ ОДНОСА СРБИЈЕ СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ИНСТИТУЦИЈАМА У ТУРИЗМУ

ГРАФИКОНИ:

Графикон бр. 1: Символи екотуристичких акредитационих програма

III АНКЕТА ЕКСПЕРАТА О УЛОЗИ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

ТАБЕЛЕ:

Табела бр. 1: Приказ учесника анкете по земљама

ГРАФИКОНИ:

Графикон бр. 1: Процентуална заступљеност домаћих и страних учесника анкете

Графикон бр. 2: Учесници истраживања који су попунили анкету, по земљама

Графикон бр. 3: Да ли туристичка понуда Србије одговара туристичкој тражњи?

Графикон бр. 4: Да ли су страна улагања имала видан утицај на развој туризма Србије?

Графикон бр. 5: Да ли Србија прати међународне стандарде у туризму и колико су они прихваћени и примењени у домаћем законодавству и пракси?

Графикон бр. 6: Какве резултате постиже туристичка привреда Србије - може ли боље?

Графикон бр. 7: Главни проблеми туристичке привреде Србије?

УЛОГА МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

АПСТРАКТ

Глобални токови људи, робе и капитала, светска правила понашања, преливање финансијских средстава, али и криза из једне земље у другу, упућују на закључак да туризам не може бити затворен у унутрашње границе државе и бити предмет само домаћих регулатива и иницијатива, него је неопходно размотрити могућности развоја туристичке привреде путем међународе туристичке сарадње и прерасподеле. Да би расветлили проблеме са којима се суочава туризам Србије и могућа решења тих проблема, у раду су анализиране неке од земаља чланица Европске уније, које су се суочиле са сличним проблемима и успеле да поједине регионе претворе у успешне туристичке центре - сеоског, бањског, скијашког или другог вида туризма.

Међународне организације и институције, путем својих инструмената, као што су финансијска средства, програми развоја, смернице, стандарди, општа правила у туризму, која се глобално дефинишу, значајно мењају и реформишу туристичку привреду, како у свету, тако и у Србији. С тим у вези, посебна пажња је посвећена критичким ставовима експерата у туризму о могућем доприносу међународних организација и институција развоју туризма и савременим променама и кретањима у туризму, те питању, како да Србија својим проактивним деловањем према међународним организацијама и институцијама, унапреди позицију туристичког сектора.

Циљ докторске дисертације под називом „Улога међународних организација и институција у развоју туризма Србије“ је критичка оцена досадашњих улагања у развој туризма Србије, и коришћења или пропуштања коришћења појединих програма и аранжмана, као и услова пословања туристичке привреде (парафискална оптерећења туристичке привреде); те предлагање адекватних мера и активности, како би се створили повољни услови за рад туристичке делатности. Рад доказује да је сарадња са међународним организацијама и институцијама које се баве туризмом неопходна за развој туризма Србије, због резултата који се последично могу очекивати.

КЉУЧНЕ РЕЧИ: туризам, међународне организације и институције, Република Србија, туристички развој, мере, активности, програми, аранжмани, финансијска средства, фондови, законска регулатива, регионална сарадња, економска криза, туристичка политика.

THE ROLE OF INTERNATIONAL ORGANIZATIONS AND INSTITUTIONS IN TOURISM DEVELOPMENT OF SERBIA

ABSTRACT

Global flows of people, goods and capital, the global code of conduct, the overflow of funds, but of crisis as well from one country to another, lead to the conclusion that the tourism cannot be enclosed within national borders nor be subject only to local regulations and initiatives, but it is necessary to consider the possibilities for development of the tourism industry through international tourism cooperation and redistribution. In order to clarify the problems facing tourism in Serbia and any possible solutions to these problems, this paper has analyzed some of the European Union Member States, which faced similar problems and which managed to transform some of their regions into successful rural, spa, ski or other tourist centers.

International organizations and institutions through their instruments, such as funds, development programs, guidelines, standards, general rules in tourism, which are globally defined, make a significant change to and reform the tourism industry, both in the world and in Serbia. In this regard, special attention is paid to the critical opinions of tourism experts of the possible contribution of international organizations and institutions, to the development of tourism and of the contemporary changes and trends in tourism, as well as to the question of how Serbia by acting proactively towards international organizations and institutions, could promote its tourism sector.

The purpose of this doctoral thesis entitled "The role of international organizations and institutions in tourism development of Serbia" is to provide critical evaluation of previous investments in development of tourism in Serbia, and of the use or failure to use certain programs and arrangements, as well as of business conditions in the tourism industry (para-fiscal charges of the tourism industry) and to propose adequate measures and activities in order to create more favorable conditions for economic activities within the tourism sector. The paper proves that the co-operation with international organizations and institutions dealing with tourism is essential for development of tourism in Serbia, having in mind the results that consequently may be expected.

KEYWORDS: tourism, international organizations and institutions, Republic of Serbia, tourist development, measures, activities, programs, arrangements, financial resources, funds, legislation, regional co-operation, economic crisis, tourism policy.

СКРАЋЕНИЦЕ

AADFI	– Удружење развојних финансијских институција Африке (енгл. <i>Association of African Development Finance Institutions</i>)
ADA	– Аустријска развојна агенција (енгл. <i>Austrian Development Agency</i>)
ADFIAP	– Удружење развојних финансијских институција Азије и Пацифика (енгл. <i>Association of Development Financing Institutions in Asia and the Pacific</i>)
AfDB	– Афричка банка за развој (енгл. <i>African Development Bank</i>)
AFESD	– Арапски фонд за економски и социјални развој (енгл. <i>Arab Fund for Economic and Social Development</i>)
AsDF	– Азијски развојни фонд (енгл. <i>Asian Development Fund</i>)
AsDB	– Азијска банка за развој (енгл. <i>Asian Development Bank</i>)
AEA	– Асоцијација европских авио-превозника (енгл. <i>Association of European Airlines</i>)
AH&LA	– Америчко удружење хотела и других врста смештаја (енгл. <i>American Hotel and Lodging Association</i>)
AIEST	– Међународно удружење научних експерата у туризму (енгл. <i>International Association of Scientific Experts in Tourism</i>)
AIH	– Међународно удружење хотелијера (фр. <i>Association Internationale de l' Hoteliere</i>)
AIT	– Међународна туристичка алијанса (фр. <i>Alliance Internationale de tourisme</i>)
ASTA	– Америчко удружење туристичких агенција (енгл. <i>American Society of Travel Agents</i>)
ATLAS	– Европско удружење за образовање о туризму и рекреацији (енгл. <i>Association for Tourism Leisure Education</i>)
BAFTAA	– Балканске федерације асоцијација туристичких агенција (енгл. <i>Balkan Federation of Travel Agencies Association</i>)
BDP (GDP)	– Бруто друштвени производ (енгл. <i>Gross Domestic Product</i>)
BNP	– Бруто национални производ
BSEC	– Организација за црноморску економску сарадњу (енгл. <i>Black Sea Economic Cooperation</i>)
Business Europe	– Конфедерација послодавачких организација ЕУ
CABEI	– Централно Америчка банка за економске интеграције (енгл. <i>Central American Bank of Economic Integration</i>)
CARDS	– Програм ЕУ за обнову, развој и стабилизацију (енгл. <i>Community Assistance for Reconstruction, Development and Stabilisation</i>)
CARICOM	– Заједница карипских земаља (енгл. <i>Caribbean Community Region</i>)
CDB	– Карипска развојна банка (енгл. <i>Caribbean Development Bank</i>)
CEI	– Средњеевропска иницијатива (енгл. <i>Central European Initiative</i>)
CEFTA	– Централноевропска зона слободне трговине (енгл. <i>Central European Free Trade Agreement</i>)
ЦенОПТ	– Центар за одговорни и одрживи развој туризма
CIEZ	– Централне и источне европске земље
CIP	– Оквирни програм за конкурентност и иновативност (енгл. <i>Competitiveness and Innovation Framework Programme</i>)
CLIA	– Међународно удружење организатора крстарења
COTAL	– Конфедерација туристичких организација Латинске Америке
СТО	– Карипска туристичка организација (енгл. <i>Caribbean Tourism Organization</i>)

DCC	– Дунавски центар за компетенцију (енгл. <i>Danube Competence Centre</i>)
DC	– Дунавска комисија (енгл. <i>Danube Comission</i>)
DMAI	– Међународне асоцијације за маркетинг дестинација (енгл. <i>Destination Marketing Association International</i>)
DTC	– Дунавска туристичка комисија (енгл. <i>Danube Tourist Commission</i>)
EADB	– Источно-Афричка развојна банка (енгл. <i>East African Development Bank</i>)
EAFRD	– Европски пољопривредни фонд за рурални развој (енгл. <i>European Agricultural Fund for Rural Development</i>)
EAGGF	– Европски фонд за развој и гаранције у пољопривреди (енгл. <i>European Agricultural Guidance and Guarantee Fund</i>)
EAP	– Програм заштите животне средине ЕУ (енгл. <i>Environmental Action Programs</i>)
EBRD	– Европска банка за обнову и развој (енгл. <i>European Bank for Reconstruction and Development</i>)
ECF	– Европска бициклическа федерација (енгл. <i>European Cyclist's Federation</i>)
ECF	– Европска фондација за културу (енгл. <i>European Cultural Foundation</i>)
ECHOR	– Савез европских двораца
ECM	– Маркетинг европских градова (енгл. <i>European Cities Marketing</i>)
ECOSOC	– Економски и социјални савет УН
ECOVAST	– Европски савет за села и мале градове
ECEAT	– Европски центар за еко и сеоски туризам (енгл. <i>European Centre for Ecological and Agricultural tourism</i>)
ECTAA	– Савез националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања у ЕУ (енгл. <i>Group of national travel agents' and tour operators' associations within the EU</i>)
EDF	– Европски развојни фонд (енгл. <i>European Development Fund</i>)
EEA	– Европско економско подручје
EEZ	– Европска економска заједница
EFCO&HPA	– Међународно удружење кампова и забавних паркова
EFCT	– Европски конгресни градови
EFF	– Европски фонд за рибарство (енгл. <i>European Fisheries Fund</i>)
EFTA	– Европско удружење за слободну трговину (енгл. <i>European Free Trade Association</i>)
EHF	– Европска угоститељска фондација (енгл. <i>European Hospitality Foundation</i>)
EHMA	– Европско удружење менаџера хотела (енгл. <i>European Hotel Managers Association</i>)
EIB	– Европска инвестициона банка (енгл. <i>European Investment Bank</i>)
EMRA	– Међународно удружење модерних ресторана (енгл. <i>European Modern Restaurant Association</i>)
EMU	– Економска и монетарна унија (енгл. <i>Economic and Monetary Union</i>)
ERDF	– Европски фонд за регионални развој (енгл. <i>European Regional Development Fund</i>)
ESF	– Европски социјални фонд (енгл. <i>European Social Fund</i>)
ESPA	– Европско удружење бања
ETAG	– Европска акциона група за путовања и туризам (енгл. <i>European Travel & Tourism Action Group</i>)
ETC	– Европска туристичка комисија (енгл. <i>European Travel Commission</i>)
ETOA	– Асоцијација европских туристичких оператера

	(енгл. <i>European Tour Operators Association</i>)
ETTFA	– Европско удружење туристичких сајмова
EY	– Европска унија (енгл. <i>European Union</i>)
EUFED	– Федерација удружења хостела за младе Европске уније (енгл. <i>European Union Federation of Youth Hostel Association</i>)
EuroGites	– Европска федерација сеоског туризма (енгл. <i>European Federation of Farm and Village Tourism</i>)
EUROPARC Federation	– Савез европских националних паркова и паркова природе
EЗ	– Европска заједница
FAO	– Организација УН за исхрану и пољопривреду (енгл. <i>Food and Agriculture Organization of the United Nations</i>)
FDI (SDI)	– Стране директне инвестиције
FECC	– Федерација европских карневалских градова
FEG	– Европска федерација удружења туристичких водича (енгл. <i>European Federation of Tourist Guides Associations</i>)
FIA	– Међународна аутомобилска федерација (фр. <i>Federation Internationale de l'Automobile</i>)
FICC	– Међународна федерација за кампинг, караванинг и аутокараванинг (фр. <i>Federation Internationale de Camping, Caravanning et Autocaravanning</i>)
FIFG	– Фонд за унапређење рибарства (енгл. <i>Financial Instrument for Fisheries Guidance</i>)
FIYTO	– Федерација међународних омладинских туристичких организација (енгл. <i>Federation of International Youth Travel Organizations</i>)
FIJET	– Међународна федерација новинара и писаца из области туризма (фр. <i>Federation Internationale des Journalistes et Ecrivains du Tourisme</i>)
GATS	– Општи споразум о трговини услугама (енгл. <i>General Agreement on Trade in Services</i>)
GATT	– Општи споразум о царинама и трговини (енгл. <i>General Agreement on Tariffs and Trade</i>)
GEF	– Глобални фонд за заштиту животне средине (енгл. <i>Global Environmental Fund</i>)
ХОРЕС	– Удружење хотелске и угоститељске привреде
HOTREC	– Европско удружење хотела, ресторана и кафана (енгл. <i>Hotels, Restaurants & Cafes in Europe</i>)
IAAPA	– Међународно удружење забавних паркова
IADB	– Интер-америчка банка за развој (енгл. <i>Inter-American Development Bank</i>)
IATA	– Међународно удружење предузећа ваздушног саобраћаја (енгл. <i>International Air Transportation Association</i>)
IBRD	– Међународна банка за обнову и развој (<i>International Bank for Reconstruction and Development</i>)
ICAO	– Међународна организација цивилног ваздухопловства (енгл. <i>International Civil Aviation Organization</i>)
ICC	– Међународна трговинска комора (енгл. <i>International Chamber of Commerce</i>)
ICCA	– Међународна асоцијација конгреса и специјализованих скупова (енгл. <i>International Congress And Convention Association</i>)
ICOMOS	– Међународни центар за споменике и споменичке целине (енгл. <i>International Council on Monuments and Sites</i>)
IDA	– Међународно удружење за развој (енгл. <i>International Development Association</i>)

IDB	– Исламска развојна банка (енгл. <i>Islamic Development Bank</i>)
IH&RA	– Међународно удружење хотела и ресторана (енгл. <i>International Hotel & Restaurant Association</i>)
ILO	– Међународна организација рада (енгл. <i>International Labour Organization</i>)
IFC	– Међународна финансијска корпорација (енгл. <i>International Financial Corporation</i>)
IMO	– Међународна поморска организација (енгл. <i>International Maritime Organization</i>)
IPA	– Инструмент претприступне помоћи (енгл. <i>Instrument for pre-accession assistance</i>)
IRU	– Међународна унија за друмски саобраћај (енгл. <i>International Road Transport Union</i>)
ISPA	– Међународно удружење бања (енгл. <i>International Spa Association</i>)
ISTC	– Међународна студентска туристичка конфедерација (енгл. <i>International Student Travel Confederation</i>)
ISTO	– Међународна организација за социјални туризам (енгл. <i>International Social Tourism Organisation</i>)
ITB	– Међународна туристичка берза у Берлину
IUOTO	– Међународна унија званичних туристичких организација (енгл. <i>International Union for Official Tourism Organizations</i>)
IUOTPO	– Међународна унија званичних туристичких пропагандних организација (енгл. <i>International Union of Official Tourist Publicity Organizations</i>)
IUR	– Међународна железничка унија (енгл. <i>International Union of Railways</i>)
IYHF	– Међународна федерација омладинских хостела (енгл. <i>International Youth Hostel Federation</i>)
JICA	– Јапанска агенција за међународну сарадњу (енгл. <i>Japan International Cooperation Agency</i>)
JIE	– Југоисточна Европа
JJI	– Јадранско-јонска иницијатива (енгл. <i>Adriatic and Ionian Initiative</i>)
LAADFI	– Удружење развојних финансијских институција Латинске Америке (енгл. <i>Latin American Association of Development Finance Institutions</i>)
MICE	– Састанци, иницијативе, конвенције и изложбе (енгл. <i>Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions</i>)
MIGA	– Мултилатерална агенција за гаранцију инвестиција (енгл. <i>Multilateral Investment Guarantee Agency</i>)
ММФ	– Међународни монетарни фонд (енгл. <i>International Monetary Fund</i>)
НБС	– Народна банка Србије
NRA	– Америчко национално удружење ресторана (енгл. <i>National Restaurant Association</i>)
НТО	– Национална туристичка организација
OEBS	– Организација за европску безбедност и сарадњу (енгл. <i>Organization for Security and Cooperation in Europe</i>)
OECD	– Организација за економску сарадњу и развој (енгл. <i>Organization for Economic Cooperation and Development</i>)
PATA	– Пацифичко-азијска путничка асоцијација (енгл. <i>Pacific Asia Travel Association</i>)
РoS ЈИЕ	– Пакт о стабилности Југоисточне Европе / (<i>Stability Pact</i>)
RDA	– Међународно удружење аутобусера
RP	– Процес из Роајамона о добросуседству и стабилности у ЈИЕ (енгл. <i>Royaumont Process</i>)
РЗПР	– Радна заједница подунавског региона

	(енгл. <i>Working Community of the Danube Regions</i>)
P3C	– Републички завод за статистику – Република Србија
SEESP	– Процес сарадње у југоисточној Европи (енгл. <i>South East European Co-operation Process</i>)
CB	– Светска банка / (енгл. <i>World Bank</i>)
СЦГ	– Србија и Црна Гора
CE	– Савет Европе / (енгл. <i>Council of Europe</i>)
SECI	– Иницијатива за сарадњу у Југоисточној Европи (енгл. <i>Southeast European Cooperative Initiative</i>)
SICTA	– стандардна класификација туристичких активности (енгл. <i>Standard International Classification of Tourism Activities</i>)
SKAL	– Међународно удружење стручњака за туризам и путовања (енгл. <i>Skal International Association of Travel and Tourism Professionals</i>)
ТОС	– Туристичка организација Србије (енгл. <i>National Tourism Organisation of Serbia</i>)
TSA	– сателитски обрачун у туризму (енгл. <i>Tourism Satellite Accounts</i>)
UFTAA (FUAAV)	– Међународно удружење туристичких агенција и организатора путовања (енгл. <i>United Federation of Travel Agent's Associations</i>) (шп. <i>Federación Universal de las Asociaciones de Agencias de Viajes</i>)
УН	– Уједињене нације (енгл. <i>United Nations</i>)
UNCTAD	– Конференција УН о трговини и развоју (енгл. <i>United Nations Conference on Trade and Development</i>)
UNDP	– Развојни програм УН (енгл. <i>United Nations Development Programme</i>)
UNICEF	– Дечији фонд УН (енгл. <i>United Nations Children's Fund</i>)
UNEP	– Програм УН за животну средину (енгл. <i>United Nations Environment Programme</i>)
UNESCO	– Организација УН за образовање, науку и културу (енгл. <i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>)
UNWTO	– Светска туристичка организација (енгл. <i>United Nations World Tourism Organization</i>)
USAID	– Агенција САД за међународни развој (енгл. <i>United States Agency for International Development</i>)
WADB	– Западно-Афричка развојна банка (енгл. <i>West African Development Bank</i>)
WATA	– Светско удружење туристичких агенција (енгл. <i>World Association of Travel Agents</i>)
WFTGA	– Светски савез удружења туристичких водича (енгл. <i>World Federation of Tourist Guide Associations</i>)
WHO	– Светска здравствена организација (енгл. <i>World Health Organization</i>)
WTO	– Светска трговинска организација (енгл. <i>World Trade Organization</i>)
WTOBC	– Пословни савет Светске туристичке организације (енгл. <i>World Tourism Organization Business Council</i>)
WTTC	– Светски савет за путовања и туризам (енгл. <i>World Travel and Tourism Council</i>)
ЈУТА (YUTA)	– Национална асоцијација туристичких агенција (енгл. <i>Serbia: National Association of Travel Agencies</i>)
ЗУР	– Земље у развоју

УВОД

Међународне организације и институције у туризму имале су снажан утицај на креирање привредног и друштвеног амбијента за развој туризма, како у свету, тако и у Србији. С обзиром да међународне организације и институције својим деловањем значајно одређују правце и трендове развоја туризма, у раду се детаљно истражује улога, значај, потенцијал и утицај појединих међународних организација и институција у туризму Србије, односно када, колико и на који начин су Светска туристичка организација, Европска унија и друге организације и интеграционе иницијативе утицале на привреду наше земље, у намери да спознамо суштину и садржину тих односа, а како би се посветили развојним потребама Србије у туризму (кроз планирање, моделирање и анализу трендова, промена и стратегија).

Имајући у виду и критичке осврте експерата у туризму и практичне примере појединих земаља, тежиште рада је на дефинисању значаја (аранжмана, програма, фондова, кредита, препорука и других резултата сарадње) међународних организација и институција које помажу развој туризма за Србију. Њихов значај можемо посматрати кроз директне користи које се желе постићи, а огледају се у конкретним циљевима, почев од изградње и развоја одређеног региона, и индиректне и мултипликоване користи, кроз развој других пратећих привредних делатности у туризму, повећање прилива финансијских средстава у земљу, те убрзању свеукупног привредног и друштвеног развоја, а који могу бити и знатно већи и значајнији за привреду Србије.

Предмет рада је улога међународних организација и институција у развоју туризма Србије и анализа односа Републике Србије са најзначајнијим међународним туристичким организацијама, као што су Светска туристичка организација, Европска туристичка комисија и друге организације које одобравају програме и закључују различите аранжмане за подстицање развоја туризма.

Стање и услови привређивања у туристичкој делатности Републике Србије, настали проблеми и начини њиховог решавања, не могу се изоловано посматрати од укупних друштвено-економских кретања у Србији. Напротив, може се рећи да је туристичка делатност барометар целокупног привредног и друштвеног стања у нашој земљи. Привреда Србије налази се у економској депресији већ дуже од 30 година. Талас светске економске кризе, покренут 2008. године, већ је затекао у привреди Србије високу стопу: незапослености, сиве економије, инфлације, дефицита у спољној трговини; неликвидност привредних субјеката, висок износ спољног дуга, тешкоће у одржавању курса динара, висок проценат сиромаштва домаћег становништва, незавршену и бројним слабостима праћену приватизацију. Све то заједно представља велико оптерећење, како за ефикасно функционисање туристичке привреде, тако и за већу покретљивост домаћих и страних туриста.

Предмет рада је и критичка оцена стања у туризму Србије. Из позитивних и негативних примера и оцена извучићемо закључке о правцима трансформације туристичке привреде.

У раду се полази од следећих **хипотеза**:

Међународне организације и институције имају значајан утицај на развој туризма у свету, што се нарочито огледа у либерализацији туристичких услуга, отклањању баријера у туристичком промету и структурним променама у области туризма. Користећи инструменте међународних организација, туризам може постати један од битних фактора развоја Србије.

- Транзициона лутања и дестимулативни услови привређивања дали су контрапродуктивне резултате и утицали на пад конкурентности туризма Србије, према међународним стандардима које прати Светски економски форум.

- Туристичка привреда Србије, нарочито због изолације земље и урушавања привреде током деведесетих година прошлог века, потом слабости процеса приватизације и реструктурирања туристичких предузећа, те светске економске кризе која се 2008. године прелила на целокупну привреду Србије, претрпела је велике губитке, у смислу слабљења конкурентности туризма Србије, скромних резултата туристичког пословања и пропадања саобраћајне и туристичке инфраструктуре, те су јој неопходна додатна финансијска средства да би се прилагодила новим стандардима и условима пословања.

- Србија није довољно користила међународне организације и институције за развој туризма. Међународне организације (нпр. оне из окриља Уједињених нација, затим Европска унија и друге), с времена на време, помагале су одређеним пројектима развој туризма у нашој земљи, међутим то није било довољно за решавање неких круцијалних проблема у туризму Србије.

Потребно је да се туристичка привреда Србије много више ангажује у разноврсним међународним активностима, програмима и пројектима које са собом носе и одређена финансијска улагања. Туристичкој привреди Србије су неопходна додатна финансијска средства за стварање/испуњавање базичних предуслова за развој туризма, а потом и за даље специфично унапређење и диференцирање понуде према дестинацијским могућностима и захтевима савремених путника и туриста. Финансијска улагања у туристичку привреду имају позитиван утицај не само на развој туристичког сектора дотичне земље, него и на њен укупан економски развој. Репозиционирање на европском и светском туристичком тржишту подразумева и хармонизацију са међународним стандардима, а нарочито са стандардима које у Европи диктира Европска унија.

- Дугорочни одрживи развој туризма Србије претпоставља перманентну сарадњу Србије са међународним организацијама и институцијама, као и континуирано учешће у пројектима, програмима, аранжманима и другим специфичним видовима активности (како би се туристичка понуда прилагођавала потребама савременог туристе).

- Развијајући туризам циљано у појединим регионима, Србија може постићи мултипликоване и мултисекторске ефекте. Наиме, решавајући реалне проблеме, доприноси се позитивном развоју не само туристичке привреде, него и привреде у целини. Користећи богата искуства међународних организација и институција, те средства која се усмеравају у развој туризма, Србија може значајно унапредити свој туризам и остварити много боље резултате у туризму.

Научни допринос који се жели постићи израдом ове докторске дисертације је следећи:

1. Идентификовање свих битних међународних организација и институција за развој туризма Србије и детаљно истраживање: за шта се оне залажу и које су доминантне области њиховог ангажовања; који утицај имају у области туризма; које су специфичности сваке од њих појединачно, у смислу практичног приступа, мера и активности које оне предузимају; на који начин помажу своје земље чланице и како излазе у сусрет њиховим потребама; одакле потичу средства појединих међународних организација и институција, односно како се финансирају; и на који начин и у које сврхе пласирају своја средства.

2. Истраживање улога међународних организација и институција у светском туризму, као и добрих и лоших страна међународних организација и институција, односно њихових битних карактеристика за одређивање будућих праваца сарадње.

3. Формулисање закључака и ставова о томе да ли међународне организације и институције у довољној мери служе развоју својих земаља чланица, да ли својим активностима и програмима утичу на постизање бољих резултата у туризму појединих земаља чланица, да ли су доприносиле оптималном решавању проблема одређених региона, да ли су излазиле у сусрет потребама и захтевима појединих земаља и тиме утицале на раст туристичке привреде и стабилност пословања.

4. Дефинисање, како међународне организације и институције могу помоћи развоју туризма Србије, и у чему се састоји та помоћ у контексту развојних потреба Србије. Шта се то боље може урадити, ако је то уопште могуће.

5. Формулисање и предвиђање директних и индиректних утицаја и евентуално мултипликованих ефеката конкретних облика сарадње са међународним организацијама и институцијама на Србију, тј. процена квантитативне и квалитативне улоге и значаја појединих међународних организација за развој туристичке привреде наше земље, како би се таква сазнања после искористила за креирање одговарајуће развојне стратегије Републике Србије. Један од битних момената је и дефинисање евентуалних ризичних фактора успеха, приликом уласка у разне облике сарадње са међународним организацијама и институцијама.

6. Опредељивање с чим заправо Србија жели да изађе на међународно тржиште; која су реалистична очекивања и предвиђања. Треба се запитати и да ли је Србија на правом путу или негде греша; затим, који тип помоћи може да се тражи од међународних организација и институција и које би биле основне/базичне компоненте програма; наравно и у односу на то какви се трендови очекују у туризму.

7. Одређивање главних проблема у пословању туристичке привреде Србије и препрека на путу развоја домаћег туризма. Да одговори на питање колико је Србија до сада учествовала у понуђеним пројектима, и који су досадашњи резултати, тј. колико су се показали успешним.

8. Идентификовање суштине будућих односа Србије са међународним организацијама и институцијама. Стратегија будућих односа ће уједно представљати избор најбоље алтернативе, конзистентне са стањем привреде и

претпостављеним потенцијалом којим земља располаже и дефинисаним развојним циљевима.

Садржај дисертације је конципиран у три дела и девет функционално повезаних глава, и то:

ПРВИ ДЕО - УТИЦАЈ МЕЂУНАРОДНИХ, РЕГИОНАЛНИХ И ЛОКАЛНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

ГЛАВА I - Међународне организације и институције значајне за развој туризма

ГЛАВА II - Европске организације и институције значајне за развој туризма

ДРУГИ ДЕО – УТИЦАЈ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

ГЛАВА I - Оцена стања у туризму Србије и могућности за побољшање

ГЛАВА II - Анализа односа између страних улагања и развоја туризма Србије

ГЛАВА III - Утицај појединих међународних организација и институција на развој туризма Србије

ГЛАВА IV - Активности иностраних владиних организација у туризму Србије

ТРЕЋИ ДЕО - НЕОПХОДНОСТ САРАДЊЕ СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ИНСТИТУЦИЈАМА У ТУРИЗМУ КАО ЧИНИЛАЦ КОНКУРЕНТНОСТИ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

ГЛАВА I - Моделирање развојних туристичких могућности и потреба Србије

ГЛАВА II - Стратегија будућих односа Србије са међународним организацијама и институцијама у туризму

ГЛАВА III - Анкета експерата о улози међународних организација и институција у развоју туризма Србије

У **првом делу** рада говори се о формама организације туризма на међународном и регионалном нивоу, како би се разумела распрострањеност туризма, у смислу великог броја организација које су у функцији потреба свога чланства. У основи овог дела рада је дефинисање различитих типова организација и њихових функција у туризму. Објашњено је како су организације у туризму структуриране и како се њима управља. Фокус овог поглавља је на само неким од одабраних организација које имају катализаторску функцију у туризму, а које се баве планирањем, развојем и унапређењем, и промоцијом унутар дестинација. Главе у овом делу рада резултат су географске класификације и светске поткласификације. У светској класификацији имамо регионе, државе/провинције и градске центре, а поред географске класификације подела може бити према својини – владине, квази-владине или приватне, затим према функцији или врстама активности, затим према привреди коју обухвата (нпр. транспорт, туристичке агенције, туроператори, смештај, рекреација и сл.), а могу бити и профитне или непрофитне организације. Образложене су и врсте финансијских средстава које одобравају финансијске организације и институције, као њихов допринос развоју туризма, а што има своје реперкусије на развој националне економије. Такође су

размотрене мере и активности које предузимају поједине организације у туризму, као и програми за развој туризма.

У првој глави анализиране су међународне организације из окриља Уједињених нација, као што су: УН Светска туристичка организација, Организација УН за образовање, науку и културу, Програм УН за животну средину, Програм УН за развој; а чије активности и програми најшире доприносе развоју савременог туризма у свету. Објашњено је на који начин оне функционишу и намене за које у туризму одобравају средства. Разматра се улога и задаци Међународне туристичке алијансе, Међународног хотелијерског удружења и Међународног удружења туристичких агенција и организатора путовања, тј. организација које су директно ангажоване у области путовања и туризма. Са друге стране, две су међународне финансијске организације део Групе Светске банке: Међународна финансијска корпорација и Мултилатерална агенција за гарантовање инвестиција, које финансирају пројекте у туризму. За слободно, неометано и предвидиво обављање туристичких активности, веома је битна Светска трговинска организација, која за то ствара услове, глобалним правилима светске трговине.

Друга глава је фокусирана на европски регион и проучавање европских организација и институција, које могу играти веома важну улогу у развоју туризма Србије. Наиме, Србија припада истом европском региону, у коме се интеракције све више осећају, и као последица глобализације привреде, и као последица све масовнијих кретања људи унутар региона (залагањем за слободу кретања робе, људи и капитала). Од европских туристичких организација посебна пажња је посвећена Европској туристичкој комисији (ЕТС), Европском удружењу хотела, ресторана и кафана (НОТРЕС), Европској акционој групи за путовања и туризам (ЕТАГ), Савезу националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања ЕУ (ЕСТАА) и Европској федерацији за сеоски туризам (EuroGites). Затим, две су изузетно значајне финансијске институције које усмеравају развој региона, и то: Европска инвестициона банка и Европска банка за обнову и развој. Од организација које нису директно намењене развоју туризма, али имају изузетан утицај на туризам су Европска унија и Организација за економску сарадњу и развој, те одређени институционални облици сарадње формирану у зони Подунавља, као што су нпр. Дунавска комисија, Радна заједница подунавских земаља, Процес дунавске сарадње, Дунавска туристичка комисија и Дунавски центар за компетенцију.

Други део рада је посвећен истраживању облика утицаја међународних организација и институција на развој туризма Србије, посматрајући кроз призму мера и активности које се предузимају, услова пословања у ближем и даљем окружењу, те у односу на глобалне трендове и интеграционе процесе.

Прва глава другог дела рада бави се оценом досадашњих страних улагања у развој туризма Србије. С тим у вези, било је потребно сагледати какво је садашње стање, када су у питању расположива инфраструктура и смештајни капацитети, затим анализирати остварене приходе и расходе по основу домаћег и иностраног туризма, те реално проценити расположиве туристичке потенцијале.

У другој глави је, применом корелационе анализе, показано како страна улагања утичу на развој појединих подручја Србије, на резултате туристичког пословања, и на привреду Србије.

Трећа глава, кроз студије случаја, указује на утицај појединих међународних организација и институција (UNWTO, UNDP, Групе Светске банке, EU, EIB и OECD) на развој туризма Србије.

Предмет проучавања четврте главе су активности иностраних владиних организација у туризму Србије, као што су: Агенција САД за међународни развој (USAID), Немачка организација за техничку сарадњу (GIZ), Швајцарски програм сарадње са Србијом (SDC), Аустријска развојна агенција (ADA) и Јапанска агенција за међународну сарадњу (JICA), с обзиром да финансирају развојне пројекте у туризму Србије.

Трећи део рада треба да да одговор на дилему око неопходности сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму као стабилне и квалитетне основе за уобличавање туристичких потенцијала на начин који ће подићи конкурентност домаћег туризма. Овај део рада је посвећен и теоријском и практичном истраживању финансијских улагања у развој туризма Србије, али и другим могућим доприносима развоју туризма у сарадњи са међународним организацијама и институцијама.

Тежиште прве главе је на моделирању развојних туристичких могућности и потреба Србије. Ценимо да су улагања у туристичку привреду Србије, адекватно позиционирање домаћег туризма (постављањем развојне туристичке политике и применом савремених инструмената туристичке политике) и стимулативна законска решења, битна претпоставка конкурентности туризма Србије на све захтевнијем домаћем и међународном туристичком тржишту.

У другој глави, имајући у виду трендове и промене које се дешавају у туризму, предложена је стратегија будућих односа Србије са међународним организацијама и институцијама у туризму. За даљи развој туризма Србије, свакако велики значај ће имати њено чланство у Светској туристичкој организацији, специфичне активности и програми Европске уније, као и регионалне интеграционе иницијативе.

Трећа глава садржи резултате анкете о улози међународних организација и институција у развоју туризма Србије, добијене на бази података прикупљених од експерата и познавалаца домаћих и међународних туристичких организација и институција. Образложени су циљеви истраживања, узорак и изнети резултати. На крају су изнете научене лекције из досадашњег утицаја међународним организација и институција на развој туризма и закључци о томе у ком правцу развијати будуће везе и мултилатералну сарадњу у туризму.

У теоријском и емпиријском истраживању рада бавимо се логичким, техничким и стратегијским питањима, користећи различите методе, технике и инструменте, прикупљања, анализе и обраде података, те презентовања спознаја.

Метода проучавања докумената користе се за прикупљање, систематизовање, разврставање, рашчлањивање и коришћење података како би дошли до јасне спознаје предмета истраживања. Коришћена су изворна документа међународних организација и институција (UNWTO, UNESCO, UNDP, EY, EIB, EBRD, и др), на пример званичне статистике, публикације, анализе, прегледи,

програми, студије и слично, као и изворна документа појединих земаља (које ће бити предмет анализа и поређења). Извори података у Србији су подаци РЗС, НБС, владиних и невладиних организација у туризму, библиотека и други.

Метод анализе садржаја научне и стручне литературе у области туризма, међународних економских односа и финансија, примењени су током истраживања научних спознаја изнетих у књигама, монографијама и чланцима, те дилема и проблема који се у овој проблематици јављају у релевантним америчким, европским, азијским и афричким научним и стручним часописима.

Историјски метод је коришћен за истраживање и анализу појава у дужем временском периоду, у чему су биле од помоћи и претходно две описане методе.

Регресиона и корелациона анализа коришћене су за мерење квантитативне међузависности појава и презентовање серије података. Анализиране су корелационе везе и утврђен је степен зависности посматраних појава, нпр. страних улагања и развоја одређених туристичких подручја; испитали смо о каквим се корелацијама ради; и образложили утицај на поједине економске параметре у земљи. За потребе сликовитог приказа корелација између појава, израђене су табеле и графикони.

Путем компаративног метода утврдили смо сличности и разлике, односно идентичности и понављања анализираних појава, како у појединим посматраним земљама, тако и у Србији, на пример за компаративну анализу развоја туризма у појединим подручјима Србије и страних улагања у њих (по основу разних програма међународних институција или појединих земаља).

Статистичко истраживање смо користили ради статистичког прикупљања, сређивања, груписања, посматрања и обраде података, те приказивања догађаја и појава, узрока и последица у циљу статистичке анализе. Уз сваки статистички приказ дата су методолошка објашњења и извори података.

Дескриптивни метод користили смо да објаснимо односе између појава, узроке и законитости дешавања, а ради дефинисања најбоље стратегије будућег развоја.

Метод анализе студија случајева, коришћен је за анализу ефеката улагања у развој туризма код Србије, у зависности од тога колико су били успешни или неуспешни, односно колико јесу или нису допринели даљем развоју.

Методу анкетања смо користили да бисмо прикупили и сагледали мишљења угледних научних радника и експерата из области нашег истраживања, који се директно баве питањима везаним за одређене међународне организације и институције које су предмет истраживања и присутне су у туризму Србије, као живу реч и дугогодишња искуства људи из ове бранше. Анкета је искоришћена за извођење специфичних закључака из практичног делокруга рада анализираних међународних организација и институција у туризму.

Користећи индуктивни, дедуктивни, хипотетички метод и метод верификације, на бази описаних квантитативних и квалитативних истраживања, испитали смо хипотезе и извели закључке.

Први део

УТИЦАЈ МЕЂУНАРОДНИХ, РЕГИОНАЛНИХ И ЛОКАЛНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

I МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И ИНСТИТУЦИЈЕ ЗНАЧАЈНЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

Бројне међународне организације, директно или индиректно, укључене су у различите сегменте туристичког пословања, а својим деловањем значајно утичу на правце развоја туризма и савремене трендове, како код нас, тако и у свету.

Систем међународних организација заснива се на повезивању субјеката из разних држава према различитим критеријумима, а најчешће према областима деловања. Након Другог светског рата, порастом утицаја туризма у свету, међународне организације у туризму масовније проналазе своје место у процесу међународног повезивања. До тада су међународне организације у туризму биле само спорадична појава, као нпр. Америчко национално удружење ресторана (NRA) и Америчко удружење хотела и других врста смештаја (AH&LA), основане 1919. године, мада су оба удружења и данас активна.¹ У Европи је, на иницијативу свих националних туринг-клубова, још 1898. формирана прва струковна међународна туристичка организација, позната од 1919. године под данашњим именом - Међународна туристичка алијанса (АИТ).² Међународна унија званичних туристичких организација (IUOTO) формирана 1925. године „обухватала је званичне организације за пропаганду у туризму из појединих земаља“³ - данас је активна под називом Светска туристичка организација (UNWTO). Међународна федерација омладинских хостела (IYHF) основана је 1932. године, а под данашњим именом је позната од 1942. године.⁴

Важност интеграционих процеса у туризму огледа се у чињеници да су овакве организације доносиле бројне и разноврсне међународне документе (нпр. споразуме, декларације, резолуције и слично), што је имало некад неформални, али врло често и формални и обавезујући карактер, те су неки од тих докумената и данас на снази. Првобитно су та документа уређивала питања виза, преласка граница и слично, док се у новије време све више односе на заштиту туриста као потрошача и заштиту и очување природне и културне баштине.

Процеси глобализације и информатичког повезивања утицали су да међународне организације постану обухватније, тј. да укључују већи број међународних субјеката (основане међународним уговором), да имају властита тела и да служе постизању заједничких циљева и интереса.

Активности међународних организација се повремено преплићу (нпр. у домену изградње стандарда, праћења статистичких података у туризму, прибављања финансијских средстава за развој и слично), и то најчешће када раде на остваривању заједничких развојних циљева.

Основна подела међународних организација, битних за развој туризма, је на:

- међународне организације општег карактера и

¹ Хитрец Т, Хендија З, *Политика, организација и право у туризму*, Загребачка школа за менаџмент, Загреб, 2008, стр. 113.

² *Економска енциклопедија*, II том, Савремена администрација, Београд, 1986, стр. 380.

³ Унковић С, Зечевић Б, *Економика туризма*, Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду, Београд, 2011, стр. 119 и 120.

⁴ Medlik S, *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003, p. 196.

- специјализоване међународне организације усмерене на туризам као уже подручје деловања.

Ове организације могу деловати универзално, тј. у целом свету или регионално, тј. на неком ужем подручју, али заједничко им је да повезују више од два међународна субјекта, односно да су мултилатералног карактера.

1) Међународне организације општег карактера које су повезане са туризмом

Ову групу чине међународне организације које су примарно основане ради неких других циљева, а током времена су своје области деловања прошириле и усмериле и на туризам.

Светске, универзалне, међународне организације општег карактера повезане са туризмом су:

- Уједињене нације (УН), као кровна међународна организација (општег карактера) примарно основана ради осигурања мира и безбедности у свету, бави се и неким аспектима туризма.⁵ Под окриљем УН постоји низ организација и агенција које усмеравају и прате активности везане за туризам (туристичку политику, мере, туристичка кретања, параметре у туризму).⁶
- Организација за економску сарадњу и развој (OECD), бави се туристичком политиком као елементом економског развоја.
- Светска трговинска организација (WTO), у складу са ширим економским значајем туризма за сваку поједину земљу (нпр. у запошљавању, учешћу у платном билансу, учешћу у BDP, итд), је отварањем нове рунде преговора током 2000. године, преузела низ активности у области формирања регулативе у области туризма и либерализације туристичких услуга у областима надлежности GATS (Општег споразума о трговини услугама).

Светске, струковне, међународне организације које су од значаја за туризам су:

- Међународно удружење предузећа ваздушног саобраћаја (IATA)
- Међународна унија за друмски саобраћај (IRU),
- Међународна железничка унија (UIC), и сл.

Регионалне међународне организације општег карактера које су повезане са туризмом су:

Европске организације:

- Европска унија (ЕУ), постепено шири утицај у туризму, посебно стимулишући неке облике, као нпр. културни, рурални, омладински туризам, затим унапређујући квалитет услуга, поклањајући пажњу заштити туриста као потрошача, заштити природне и културне баштине, запошљавању у туризму, те стандардизацији и другим активностима.

⁵ Нобеловац *Wangari Maathai* управо одражава суштину везе УН и туризма, реченицом: "Туризам може бити одличан начин за промоцију мира". Honey M, Editor, *Travelers' Philanthropy Handbook*, Washington, DC: Center for Responsible Travel, 2011, p. 2. (http://travelersphilanthropy.com/resources/T-Phil%20Handbook/Travelers'_Philanthropy_Handbook_by_CREST.pdf), приступ 26.07.2013.

⁶ На прокламованим циљевима УН настале су и друге међународне институције, као на пример Међународни институт за мир путем туризма 1986. године, у години коју су УН прогласиле „међународном годином мира“. Видети: International Institute for Peace through Tourism (IIPT): www.iipt.org, приступ 28.02.2014.

- Савет Европе (СЕ), подстиче развој културног туризма (повезујући туристичку понуду више земаља), одрживог развоја и развоја туризма у региону.

Готово све следеће европске регионалне организације имају радне групе за туризам које заједнички подстичу разне видове туризма, решавају евентуалне проблеме (нпр. у инфраструктури, заштити природних и културних ресурса и слично) и предузимају мере за обогаћивање понуде, обједињавање промотивног наступа, стандардизовање услуга и праћење савремених трендова: Средњеевропска иницијатива (СЕИ), Дунавска комисија (DC), Радна заједница подунавског региона (РЗПР), Процес дунавске сарадње, Дунавски центар за компетенцију (DCC), Радна заједница Алпе-Јадран, Организација за европску безбедност и сарадњу (OEBS), Јадранско-јонска иницијатива (ЈЈ), и сл.

Организације из других региона света:

- Арапска лига,
- Заједница карибских земаља (CARICOM).

2) Међународне туристичке организације

2.1) Међународне туристичке организације, удружења и алијансе које се директно баве проблемима везаним за привредне и друштвене делатности нарочито значајне за туризам, су:

- Светска туристичка организација (UNWTO),
- Светски савет за путовања и туризам (WTTC),
- Међународна туристичка алијанса (AIT),
- Међународно удружење хотела и ресторана (IH&RA),
- Светска федерација удружења туристичких агенција (FUAHV/UFTAA),
- Федерација међународних омладинских туристичких организација (FIUTO),
- Међународна федерација омладинских хостела (IYHT),
- Међународна студентска туристичка конфедерација (ISTC),
- Међународно удружење предузећа ваздушног саобраћаја (IATA),
- Међународна аутомобилска федерација (FIA),
- Светско удружење туристичких агенција (WATA),
- Међународно удружење научних експерата у туризму (AIEST),
- Међународна федерација новинара и писаца из области туризма (FIJET), и сл.

2.2) Регионалне туристичке организације, удружења и алијансе које се директно баве различитим сегментима развоја туризма, су:

Европске:

- Европска туристичка комисија (ETC),
- Европска акциона група за путовања и туризам (ETAG),
- Европска федерација за сеоски туризам (EuroGites),
- Савез националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања у ЕУ (ЕСТАА),
- Асоцијација европских туристичких оператера (ЕТОА),
- Европско удружење хотела, ресторана и кафана, и сл.

Из других региона:

- Пацифичко-азијска путничка асоцијација (ПАТА),
 - Америчко удружење туристичких агенција (ASTA),
 - Карипска туристичка организација (СТО),
 - Конфедерација туристичких организација Латинске Америке (COTAL),
- и сл.

Чланице струковних туристичких организација, зависно од области деловања (као што је приказано у Прилогу бр. 1), пружају:

- услуге смештаја и исхране,
- услуге организације путовања и превоза,
- заштиту и презентацију природних и друштвених ресурса и
- научне, менаџерске, медијске и друге стручне услуге.⁷

Међународне организације општег карактера које су повезане са туризмом и међународне професионалне туристичке организације заједнички развијају свестране облике сарадње у области либерализације туризма, међународне туристичке размене, успостављања мултилатералних споразума и слично, што све проистиче из међународног туристичког промета.

3) Међународне финансијске организације/банке/удружења које имају значајан утицај на развој туризма.

Улога међународних финансијских организација у светским туристичким размерама је непроцењива, а пре свега из окриља Групе Светске банке:

- Међународна финансијска корпорација (IFC),
- Мултилатерална агенција за гарантовање инвестиција (MIGA).

Активности међународних финансијских организација нису увек директно везане за потребе туризма, али посебне пројектне линије или посебни инвестициони кредити могу директно или индиректно имати утицај на развој туризма, јер се најчешће одобравају за:⁸

- истраживање и израде студија,
- трошкове оснивања туристичких предузећа,
- основна средства туристичких организација,
- трајна обртна средства туристичких предузећа неопходна за њихово редовно пословање.

Запажену улогу имају регионалне финансијске организације, односно регионалне развојне банке⁹, и то:

Европске:

- Европска инвестициона банка (EIB) – Луксембург
- Европска банка за обнову и развој (EBRD) – Велика Британија
- Европски развојни фонд (EDF) – Белгија

⁷ Čavlek N, Bartoluci M, Prebežac D, Kesar O. i dr., *Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, 2011, str. 115.

⁸ Јовановић-Гавриловић П, *Међународно пословно финансирање*, Економски факултет, Београд, 2004, стр. 203-246.

⁹ IADB, AsDB i AfDB су регионалне банке за развој основане шездесетих година. По циљевима, организацији, карактеру зајмова и начину прибављања средстава подсећају на IBRD.

Азијске:

- Азијска банка за развој (AsDB) – Филипини
- Азијски развојни фонд (AsDF)

Афричке:

- Афричка банка за развој (AfDB) - Обала Слоноваче
- Источно-Афричка развојна банка (EADB) – Уганда
- Западно-Афричка развојна банка (WADB)

Америчке:

- Интерамеричка банка за развој (IADB) – Сједињене Америчке Државе
- Централно Америчка банка за економске интеграције (CABEI)
- Карипска развојна банка (CDB) - Барбадос

Средње-источне:

- Исламска развојна банка (IDB) - Саудијска Арабија
 - Арапски фонд за економски и социјални развој (AFESD) – Кувајт;
- као и међународна удружења:
- Удружење развојних финансијских институција Африке (AADFI)
 - Удружење развојних финансијских институција Латинске Америке (LAADFI)
 - Удружење развојних финансијских институција Азије и Пацифика (ADFIAP).

Дакле, услед специфичног карактера туризма, као што смо претходно приказали, у туризму делују (било директно, било индиректно) бројне међународне организације, које смо груписали са територијалног аспекта, као:

- светске/међународне и
 - регионалне (европске, азијске, афричке, америчке, средње-источне);
- затим са аспекта њиховог бављења туризмом, тј. да ли се директно или индиректно баве туризмом, као:

- међународне организације општег карактера које су повезане са туризмом,
 - међународне туристичке организације и
 - међународне финансијске организације/банке/удружења које имају значајан утицај на развој туризма;
- и са аспекта области деловања туристичких организација.

У литератури је присутна и подела на владине и невладине међународне организације у туризму, које могу имати директан или индиректан утицај на туризам (као што је приказано у Прилогу бр. 2).¹⁰ Владина тела рефлектују државни и политички интерес за интервенцијама у туризму, што је веома изражен тренд у Европи, нпр. активности Савета Европе у области културе; Уједињених нација у сарадњи са Европском економском комисијом у заштити културног наслеђа, и сл.

Професионална тела у туризму, са друге стране имају сопствени интерес за организовањем на регионалном и светском нивоу, било као одговор, било као реакције на владине интервенције, али и из сопствених практичних потреба и разлога, који проистичу из професионалне сарадње и колективних активности, у специфичним делатностима (Прилог бр. 3).

¹⁰ Lickorish L, Jenkins C, *An Introduction to Tourism*, Butterworth-Heinemann, London, 1997, p. 203-206.

1. ОРГАНИЗАЦИЈЕ И АГЕНЦИЈЕ УЈЕДИЊЕНИХ НАЦИЈА

Уједињене нације (УН)¹¹, као кровна међународна организација општег карактера, има неспорно снажан утицај на будуће правце развоја туризма, бавећи се многим важним питањима и проблемима, као што су на пример: заштита окружења и одрживи развој туризма, развој слабије развијених региона, израда међународних дефиниција, методологија за дефинисање основних статистичких показатеља у туризму, и др.

Под окриљем УН делује низ специјализованих агенција, везаних организација, фондова и других тела, које у складу са својим програмским циљевима, усмеравају политике, мере и активности, те прате туристичка кретања и специфичне туристичке параметре.

Светска туристичка организација (UNWTO) промовише одговорни, одрживи и универзално приступачни туризам, као и покретачку снагу туризма у смислу економског раста, инклузивног развоја и одрживости животне средине. UNWTO има и специфичну лидерску улогу, која се огледа у пружењу подршке за унаређивање знања и политике у области туризма, широм света. Ова организација нарочито подстиче примену Глобалног етичког кодекса у туризму, са циљем да се максимизира друштвено-економско учешће туризма, а минимализују могући његови негативни ефекти. UNWTO је посвећена промовисању туризма као инструмента за остваривање Миленијумских развојних циљева УН, у смислу смањивања сиромаштва и подстицања одрживог развоја.

Организација УН за образовање, науку и културу (UNESCO), има изузетно значајну улогу у очувању наслеђа, заштити и презентацији светске природне и културне баштине у смислу бољег разумевања (разноликости) култура појединих народа и елиминисања сукоба по основу мултикултуралности и њиховог међусобног нераздевања.

Програм УН за животну средину (UNEP), посвећен је заштити животне средине, биолошке разноврсности, изазовима и могућностима зелене економије, као основе за даљи развој туризма, због константно присутне контраверзе, да се остваре што већи приходи од туризма омасовљавањем туристичких кретања, а да се не угрозе специфичности природних диверзитета оним што носи масовни туризам (пре свега увећану потрошњу природних потенцијала: воде, струје и др).

Програм за развој Уједињених нација (UNDP), помаже земљама да унапреде и увећају своју економију промовисањем развоја одрживог туризма (најчешће промовисањем екотуризма, очувања културног наслеђа, резервата природе и слично), имајући у виду чињеницу да је туризам главни извор прихода локалног становништва многих земаља, те у зависности од природних предиспозиција земље UNDP учествује у пројектима који јачају капацитете туристичког сектора.

Група Светске банке, преко Међународне финансијске корпорације и Мултилатералне агенције за гарантовање инвестиција, финансира туристичке пројекте. Обе институције основане су ради помоћи приватном сектору путем

¹¹ UN: <http://www.un.org/fr/mainbodies/>, приступ 27.12.2013. године - Генералну скупштину UN чине 193 државе чланице.

зајмова, деоница, инвестиционих услуга, техничке помоћи и осигурања те представљају значајан извор финансијске помоћи туризму.

Економски и социјални савет (ECOSOC) дискутује и расправља о питањима највећих економских, социјалних и еколошких изазова и даје политичке препоруке. Одговоран је за око 70% људских и финансијских ресурса читавог система УН, укључујући 14 специјализованих агенција, 9 „функционалних“ комисија и 5 регионалних комисија.

Конференција УН о трговини и развоју (UNCTAD) настоји да одговори на питање: „Како сектор туризма може допринети инклузивном расту и развоју?“; начина је много, а неки од њих, којима се бави UNCTAD, су: либерализација трговине у туризму; нове растуће могућности туризма у међународној трговини; стране директне инвестиције у туризам; развој квалитета и доступности туристичких услуга; електронска трговина и туризам - појавом „е-туризма“ и потражње за прилагођеним “à la carte” путовањима, итд.

Светска здравствена организација (WHO) у модерном, глобалном туризму има бројне задатке, који се временом чак и повећавају. Пре свега, WHO прописује стандарде у области здравља и безбедности на међународним путовањима, информисе и настоји да превентивно делује путем препорука (нпр. препорука WHO је „избегавајте путовања у кризна жаришта“). Растући феномени, као што су: *здравствени туризам* (у коме се прате ефекти медицинског туризма на здравље путника, проучавајући земље са највећим искуством у овом виду туризма, на пример: Тајланд, Индију и Сингапур) и *трансплант туризам* (где се настоје заштити најсиромашнији слојеви друштва и социјално угрожене групе од подвргавања трансплантацијама, односно од нелегалне трговине органима), с разлогом су под истрагама и детаљним анализама ове организације. Уз поменуто два облика туризма, низ је других сегмената у којима је неопходна улога WHO, као нпр. заштита туриста од ултравиолетног зрачења (многи туристи траже сунчане и топле дестинације); минимизирање ризика од опекотина, боли, здравствених непријатности и предупредивање других тешких болести туриста; спречавање тровања храном (посебно у условима масовних путовања у одређена подручја из спортских, религиозних и других разлога); те спречавање ширења инфекција (информисањем о ризицима, превенцијама) и слично.

Међународна организација рада (ILO) туризам посматра из угла рада и запошљавања, могућности да се боље разуме свет рада и да се унапреди и прилагоди тржиште рада специфичним туристичким потребама и политикама. ILO подстиче развој људских ресурса (кроз образовање и практичне обуке радника за потребе туризма), промовише креирање нових радних места (базирајући своје препоруке на статистичким подацима о потенцијалима туризма), прописује радне стандарде и слично, с циљем убрзања економског раста и смањивања сиромаштва,¹² за шта је задужен и Комитет за хотеле, угоститељство и туристички сектор ILO.

Међународна организација цивилног ваздухопловства (ICAO) доноси међународне прописе и нормативе о: цивилном ваздухопловном саобраћају, контроли ваздушног саобраћаја, поједностављивању царинских и граничних

¹² Bolwell D, Weinz W, *Reducing poverty through tourism*, Working Paper (WP.266), ILO, Geneva, October 2008, p. 1.

формалности у ваздушном, путничком саобраћају и слично; што је с аспекта међународног туризма изузетно битно, јер су највеће баријере и ограничења (која негативно утичу на туризам) управо везана за авио саобраћај.¹³

Међународна поморска организација (ИМО) највећим делом своје активности усмерава на побољшање безбедности на мору, развијањем међународних стандарда и прописа, и промовисањем поморске сигурности. Најважнији документ у историји ове организације је споразум који се односи на поморску безбедност, а који је настао након катастрофе која се десила броду „Титаник“ 1912. године. Значајне су политике које води ИМО по питању: безбедности путничких бродова, бриге о лукама и пристаништима, одговорности бродовласника, али и загађења вода услед превоза нафте и плутајућих складишта, заштите од губитка живота или повреда, борбе против поморског криминала и сл.

Статистичка комисија УН учествује у утврђивању међународних дефиниција из области туризма и око дефинисања практичних препорука за побољшање информисаности о међународном кретању путника.

Може се закључити да УН путем својих бројних организација, институција и тела имају снажан економски, социјални и политички утицај у оба правца кретања савременог туризма: подржавању позитивног (одговорног, одрживог и универзално приступачног), али и спречавању негативног (штетног, угрожавајућег и криминалног) развоја туризма.

1.1. Светска туристичка организација (UNWTO)

Светска туристичка организација (енгл. *United Nations World Tourism Organization* - UNWTO) је специјализована агенција УН са консултативним статусом чије седиште је у Мадриду. Бави се питањима општег развоја туризма и презентовањем заједничких резултата њених земаља чланица. У чланству UNWTO (до јуна 2014. године) налази се 156 земаља, 6 удружених чланица (територија) и више од 400 придружених чланова који представљају приватни сектор, образовне институције, туристичка удружења и локалне туристичке власти.¹⁴

Основана је 1925. године у Хагу, под именом Међународна унија званичних туристичких јавних организација (енгл. *International Union of Official Tourist Publicity Organizations* - IUOTPO), да би након другог светског рата променила име у Међународна унија званичних туристичких организација (енгл. *International Union of Official Travel Organisations* - IUOTO)¹⁵ и седиште преселила у Женеви. Технички, IUOTO је била невладина организација, у чијем чланству се налазило 109 националних туристичких организација и 88 придружених чланица. Прерастањем туризма у саставни део савременог живота, повећава се међународна димензија ове организације. Са друге стране, националне власти такође повећавају

¹³ Питањем маркетинга услуга ваздушног саобраћаја и компјутерских резервационих система бави се Светска трговинска организација кроз посебан Анекс о услугама у ваздушном саобраћају у оквиру GATS.

¹⁴ World Tourism Organization, *UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition*, UNWTO, Madrid, Spain, 2014, p. 15.

¹⁵ IUOTO је развила техничке програме у туристичкој статистици, истраживању, размени идеја и искустава и у техничкој помоћи, посебно за сиромашније земље.

своју улогу у туристичким и другим активностима везаним за туризам (од изградње инфраструктуре до законодавне регулативе). Резултат ових промена био је *предлог да се организација трансформише у међудржавно тело* 1967. године, чиме добија нова проширена овлашћења, да на светском нивоу решава сва питања везана за туризам и да сарађује са другим компетентним организацијама, посебно оним из система УН. Потом је Генерална скупштина УН, децембра 1969. године, донела *Резолуцију о трансформацији у међудржавно тело*, наглашавајући “одлучујућу и централну улогу” трансформисане ИУОТО у области светског туризма те дала препоруке за сарадњу са институцијама УН.

Званичне туристичке агенције, из 51 државе, које су биле чланице ИУОТО, донеле су 1974. године *Резолуцију о прерастању у Светску туристичку организацију*.

На првој Генералној скупштини ове организације, одржаној у Мадриду 1975. године, ИУОТО мења назив у WTO. Од 1976. године WTO је извршна агенција Програма развоја Уједињених нација (UNDP), а 1977. године је потписан и формални Споразум о сарадњи са УН.¹⁶ Од октобра 2003. године UNWTO је специјализована агенција УН.

Текст Статута усвојен је на ванредној Генералној скупштини ИУОТО одржаној у Мексико Ситију 1970. године, а ступио је на снагу 2. јануара 1975. године. Током година, Статут је допуњаван, међутим, све измене још нису ступиле на снагу, посебно оне одредбе које се односе на чланство, а чији предлог за измене је усвојен на Генералној скупштини у Дакару 2005. године.¹⁷

Неке од значајнијих етапа у процесу стварања и рада UNWTO дате су у Прилог 4.

*Органи Светске туристичке организације*¹⁸ су: Генерална скупштина, Регионалне комисије, Извршни одбор, Комитети и Секретаријат.

Генерална скупштина, као највиши орган, састаје се сваке друге године и том приликом одобрава буџет и програм рада, те дискутује о темама које су од виталног значаја за туристички сектор. Генерална скупштина је састављена од пуноправних и удружених чланова, док придружене (оне чија је кандидатура за чланство прихваћена) и представници других међународних организација имају статус посматрача. Светски комитет за етику у туризму је субсидијарни орган Генералне скупштине.

Извршни одбор је управљачко тело и стара се да организација извршава своје постављене задатаке и не прекорачи предвиђени буџет. Састаје се најмање двапут годишње. Састављен је од 27 чланова које бира Генерална скупштина у сразмери 1 члан на сваких 5 пуноправних чланова UNWTO. Шпанија, као земља домаћин, има сталног члана у Извршном одбору. Представници удружених и придружених чланова учествују у раду седница Извршног одбора у статусу посматрача.

Секретаријат има седиште у Мадриду и одговоран је за примену програма рада и да изађу у сусрет специфичним потребама земаља чланица. Секретаријат

¹⁶ World Tourism Organization, *WTO Basic Documents, Volumen I – Statutes, Rules of Procedure, Agreements*, fourth edition, UNWTO, Madrid, 2013.

¹⁷ UNWTO, *Statutes of the World Tourism Organization*, Madrid, Spain, October 2012.

¹⁸ UNWTO, *Structure*: <http://www2.unwto.org/en/node/13>, приступ 24.07.2013.

има и једну регионалну канцеларију у Осаки, Јапану, за помоћ Азијско-Пацифичком региону, коју финансира јапанска влада.

UNWTO има три категорије чланица: пуноправне, удружене и придружене (оне чија је кандидатура за чланство прихваћена).¹⁹ *Пуноправно чланство* је отворено за све суверене државе. *Удружено чланство* је предвиђено за територије које нису директно одговорне за своје спољне односе. *Придружене чланице* су организације и компаније које раде директно у туризму или у везаним секторима, а то су: авио-превозници и друге транспортне компаније; хотели и ресторани; туроператери; малопродајни путнички агенти; банкарске институције; јавне групе; консултанци; институти за образовање и истраживање; локална и регионална туристичка тела и асоцијације путничке привреде.

Регионална комисија (којих има шест - за територију: Африке, Америке, Источне Азије и Пацифика, Европе, Блиског Истока и Јужне Азије) састаје се најмање једном годишње, а састављена је од свих пуноправних и удружених чланова организације дотичног региона, и покреће и расправља најважнија питања и пројекте развоја туризма у региону за који је надлежна. Придружени чланови учествују у статусу посматрача у раду Комисије.

Специјализовани комитети пружају савете члановима у вези са управом и програмским садржајем, а то су:²⁰

- Светски комитет за етику у туризму
- Програмски и буџетски комитет,
- Комитет за тржиште и конкурентност,
- Комитет за статистику и сателитски обрачун у туризму,
- Комитет за одрживи развој туризма и
- Комитет за оцену пријава за придружено чланство.

Финансирање UNWTO је највећим делом из средстава која уплаћују чланице на годишњем нивоу, у складу са њиховим економским развојем и значајем туризма у свакој од земаља чланица, али то није и једини извор средстава организације (регулисано Статутом UNWTO, као и Анексом „Финансијска правила“).²¹

Поред основног циља да промовише и развија туризам, UNWTO стимулише економски раст и запошљавање, подстиче изградњу инфраструктуре, посебним мерама брине о заштити животне средине и културног наслеђа, те гради политику мира и поштовања људских права.

Имајући у виду да су либерализација, здравство и безбедност у туризму битни фактори који утичу на квалитет услуга, UNWTO ради на укидању свих видова туристичких баријера, и на либерализацији трговине туристичким услугама.

Јачање глобалне конкуренције у туризму намеће питање политике квалитета. Појединим земљама чланицама потребно је помоћи да побољшају

¹⁹ UNWTO, *Statutes of the World Tourism Organization – “Membership”*, Madrid, Spain, October 2012.

²⁰ UNWTO, *Committees*: <http://www2.unwto.org/en/node/17>, приступ 24.07.2013.

²¹ World Tourism Organization, *WTO Basic Documents, Volumen I – Statutes, Rules of Procedure, Agreements*, fourth edition, UNWTO, Madrid, 2013, p. 17-19.

квалитет туристичких услуга и да промовишу политику конкурентности. У том смислу, UNWTO, дефинише главне компоненте квалитета у туризму, а то су:²²

- конкурентност, која се постиже путем законске регулативе у области привреде, те кроз прописе о либерализацији и конкуренцији;
- приступачност и путницима са посебим потребама;
- безбедност и сигурност, укључујући бригу о здрављу;
- стандарди квалитета.

Један од главних задатака UNWTO је трансфер знања, а информације о компонентама квалитета у туризму шире се путем семинара и публикација (као што су: “Безбедност и сигурност у туризму”, “Усмеравање квалитета у туризму”, “Водич за туристичке планере” и слично).

UNWTO поседује своју базу података о нпр. мерама које имају утицај на трговину туристичким услугама, о клириншким кућама које дају савете у циљу помоћи туризму, и слично. Ова питања се прате у сарадњи са другим међународним организацијама, као што су: Међународна полиција за организовани криминал (Интерпол), UNCTAD, Светска трговинска организација (WTO), WHO и Светска царинска организација.

Делујући у складу са захтевима појединих земаља чланица, UNWTO обезбеђује потребна финансијска средства за одређене пројекте туристичког развоја, као и водеће светске стручњаке. Сви пројекти се заснивају на политици подршке туристичком развоју, политици економског раста, али уз истовремено настојање да се заштити окружење и локална култура сваког појединог региона. Због тога се у све фазе пројеката укључује локална заједница, почев од процеса планирања до реализације активности. Прва активност у Србији UNWTO био је Пројекат „План за развој сеоског туризма у Републици Србији“ (2001-2006) чији је циљ био успостављање туристичке стратегије Републике Србије засноване на развоју туристичког производа, маркетинг стратегије и људских ресурса.²³

У сарадњи са државама чланицама, донаторским агенцијама и приватним сектором, а путем развојних пројеката, UNWTO настоји увећати могућности за повећање прихода од туризма у буџетима држава чланица и могућности за стварање нових послова у туризму.

Све регионалне активности треба да помогну унапређивању положаја националних туристичких организација, док се у исто време подстиче и свака појединачна национална туристичка организација.

UNWTO, OECD и Еуростат, заједно су израдиле концептуалну мрежу “Сателитског обрачуна у туризму (TSA)”.²⁴ TSA поставља серију међународних статистичких стандарда и дефиниција, за мерење учешћа туристичке привреде у националним економијама, као и да економски показатељи буду међународно упоредиви, укључујући показатеље о туристичкој додатној вредности, запослености и инвестицијама.²⁵ У формулисање стандарда биле су укључене и

²² Унковић М, *Међународна економија*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009, стр. 350; као и према Програму „Квалитет у развоју туризма“, UNWTO, "Quality of Tourism Development", 1998.

²³ *Компендијум Уједињених нација – Активности UN система у Србији и Црној Гори*, Канцеларија Сталног координатора UN у Србији и Црној Гори, Београд, октобар 2003. стр. 126.

²⁴ WTO/OMT, OECD, Eurostat, *Tourism Satellite Account (TSA): Methodological references*, March 2000.

²⁵ OECD, „Manual on tourism economic accounts“, OCDE/GD(91)82, Paris, 1991.

друге међународне организације, као што су: СТО, ИН&РА, ИЛО, ПАТА и WTTC. TSA је 1. марта 2000. године усвојила Статистичка комисија УН.

Изради TSA претходиле су активности на изради модела економских туристичких прорачуна (*Tourism Economic Accounts*), почев од 1980. године, које је предузимао OECD. Циљ је био да се мере социо-економски аспекти туризма, најпре за потребе својих земаља чланица, а касније и на међународном нивоу. Иницијална анализа коју је урадила OECD изнедрила је важне статистички изведене закључке, а то је да туризам може бити економска снага на коју се земља може ослонити, посебно у домену запошљавања и стварања додатне вредности, те да је могуће одредити и усмерити туристичку политику сваке земље према оним областима туристичке привреде које стварају највећу додатну вредност.²⁶

Развијајући модел, дошло се до бројних практичних објашњења и дефиниција у туризму. Да би се земље чланице што боље упознале са економским значајем и улогом туризма, те да би на адекватан начин мериле поједине економске аспекте туризма, OECD је израдио специфичан водич за "економске туристичке прорачуне" (додатну вредност, запошљавање, приходе, инвестиције, профит)²⁷ и "модалитете запошљавања", а потом је, у сарадњи са УН (Статистичким одељењем), UNWTO и Евростатом, сачинио заједничку мрежу система за израду Сателитског обрачуна у туризму: Препоручени методолошки оквир - "*Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*" (TSA:RMF), објављену 2008. године.²⁸

Наиме, TSA истраживањем се квантификују сви аспекти потражње путовања и туризма, почев од личне потрошње, преко пословних куповина, капиталних инвестиција до владине потрошње и извоза, да би се добијене информације транспоновале у економске показатеље, као што су БДП и запосленост, а које се могу поредити са другим привредним гранама и укупном привредом. Добијене статистичке информације се могу користити при креирању политике, доношењу одлука и решавању разних других питања (нпр. проблема туристичке инфраструктуре, туристичког менаџмента, опорезивања и слично). Редовним и систематизованим праћењем туристичке статистике могуће је уочити трендове у структури туристичке привреде и одредити њихове најбоље перформансе.²⁹

Поменути прегледима омогућава се праћење општих туристичких трендова, идентификовање главних туристичких емитивних и рецептивних земаља, те пројектовање праваца туристичких кретања и дефинисање глобалних развојних оквира.³⁰

²⁶ OECD, „*OECD Tourism Statistics: Design and Applications for Policies*“, Paris, 1996.

²⁷ OECD, „*OECD Guidelines on Tourism Satellite Account*“, 21. December 2000.

²⁸ EEC-Eurostat, OECD, UN, WTO: *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*, ST/ESA/STAT/SER.F/80/Rev.1, Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2010.

²⁹ Амерички хотелијери су развили рачуноводствени систем USALI (*Uniform System of Accounting in Logging Industry*), који је међународно примењен, а по коме се трошкови обрачунавају према месту настанка и носиоцу, чиме се долази до података о структури трошкова, тежишту (трошкова), правовремених акција, што омогућава да се избегну кризе и да донете одлуке заиста буду ефикасне.

³⁰ Подаци о којима је овде реч се редовно објављују од 1960. године, у годишњем извештају Туристичког комитета: *Tourism policy and international tourism in the OECD Member countries*.

У области туристичке статистике, успостављена је квалитетна база података која се стално ажурира, а укључује све важне аспекте туризма како по регионима, за Африку, Америку, Азију и Пацифик, Европу и Блиски Исток, тако и по појединим земљама, међу којима и о Србији. Подаци се објављују у публикацијама, као што су на пример Туристички статистички годишњак (*Yearbook of Tourism Statistics*), Приручник туристичке статистике (*Compendium of Tourism Statistics*) и слично, али и на посебном Интернет сајту под називом „*Statistics and Tourism Satellite Account*“.

У сарадњи са земљама чланицама и другим међународним организацијама, UNWTO се бави планирањем и управљањем активностима туристичког развоја,³¹ а као резултат тих активности, у сегменту међународног туризма, те областима заштите природног окружења и културног наслеђа, усвојене су декларације, повеље и друга документа, као нпр. Декларација из Маниле, Документи из Акапулка, и друга (детаљније видети Прилог 8: „Документа UNWTO у функцији развоја туризма“).³²

Активности UNWTO везане за образовање и обуку кадрова одвијају се у оквиру мреже 130 институција, организација и предузећа из 40 различитих земаља, које активно доприносе стварању, ширењу и примени знања о свим питањима која се односе на туризам.³³ UNWTO поставља глобалне стандарде школовања туристичког кадра, врши стандардизацију неопходних знања и диплома у туризму како би на међународном нивоу биле упоредиве и употребљиве, те спроводи образовни програм рада који укључује акредитациони програм за туристичке образовне институције (енгл. *Tourism Education Quality - TEDQUAL*). UNWTO организује семинаре, курсеве, учења на даљину и практичне курсеве за званичне туристичке представнике чланица, према ове две методологије. Наиме, методологија TEDQUAL има за циљ да чланицама и представницима туристичке привреде помогне око процене њихових потреба за стручним кадровима и око креирања програма за обуку, сагласно потребама туристичке привреде.

1.2. Организација УН за образовање, науку и културу (UNESCO)

Организација УН за образовање, науку и културу (енгл. *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* – UNESCO) је специјализована установа УН са седиштем у Паризу (и преко 50 канцеларија широм света), основана на међународној конференцији у Лондону 1946. године са циљем одржавања мира и безбедности унапређењем међународне образовне, културне и научне сарадње, а од 1972. године ради и на заштити светске баштине, културних споменика и природних области, што је главна веза ове организације са

³¹ Воронкова Людмила Петровна, *История туризма*, Московский психолого-социальный институт, НПО „МОДЭК“, Воронеж, 2001, п.252.

³² Жарков Герман Николаевич, *Правовое обеспечение международного туризма: Учебно-практическое пособие*, Кондор, Киев, 2004. – Садржи нека од поменутих међународних докумената у туризму, стр. 194-209.

³³ UNWTO, *UNWTO Knowledge Network – Where Theory Meets Practice*, UNWTO, 2013, p. 2.

туристичким организацијама. У UNESCO је учлањено 195 чланова и 8 удружених чланова.³⁴

Слично као и код UNWTO, главни органи UNESCO су дефинисани *Статутом UNESCO*³⁵, и то: Генерална конференција, Извршни одбор и Секретаријат, а има и низ сталних радних тела и одбора за поједине области.

Главни орган UNESCO је Генерална конференција, у којој су заступљене све државе чланице. Конференција се састаје једном у две године, када усваја програм и буџет организације.

Извршни одбор се састоји од 58 држава чланица, које бира Генерална конференција имајући у виду различитости култура и уравнотежен географски приступ. Састаје се најмање два пута годишње.

UNESCO има веома развијену сарадњу са свим међународним и регионалним организацијама, као и уговоре о сарадњи и консултовању са неколико стотина невладиних организација, које имају саветодавни статус при организацији.

Главне области деловања UNESCO су: просвета (ширење и унапређење школског и ваншколског образовања), природне и егзактне науке (развијање међународне научне сарадње, унапређење наставе, ширење науке, помагање научних истраживања), друштвене науке (помоћ међународном развоју друштвених наука, примењене друштвене науке, акције у корист права човека, развијање међународног разумевања и мирољубиве сарадње), културне делатности (сарадња са међународним организацијама, филозофија и хуманистичке студије, књижевност и уметност, музеји, споменици, археолошка налазишта, библиотеке и архиве, ауторска права), информације и размена просветних, научних и културних радника. Шири циљеви и задаци UNESCO укључују и Миленијумске развојне циљеве, а који се реализују путем стратегија и разних активности.

Пројекти UNESCO, од културног и научног значаја, су:

- Међународна мрежа геопаркова,
- Резервати биосфере, кроз Програм „Човек и биосфера – МАВ“ (1971),
- Град књижевности (2007), први град који је добио ову титулу је Единбург,
- Угрожени језик и пројекат језичке разноликости,
- Ремек-дела усменог и нематеријалног развоја човечанства,
- Међународни регистар „Памћење света“ – „*Memory of the World*“ (1997),
- Управљање воденим ресурсима, кроз Међународни хидролошки програм (1965),
- Светска баштина (1972).

Југославија је учествовала на оснивачкој конференцији у Лондону, а Устав UNESCO је потписала 1950. године. Као и код свих држава чланица, Србија има Националну комисију за сарадњу са UNESCO, као и сарадњу с националним комисијама за UNESCO других земаља. Национална комисија за сарадњу са UNESCO ради на спровођењу програма UNESCO у Србији и на развијању сарадње српских просветних, научних и културних установа и организација (владиних и невладиних тела) са UNESCO.

³⁴ UNESCO, *UNESCO at a glance*, ERI/2010/WS/2, UNESCO, Paris, France, 2010.

³⁵ Жарков Герман Николаевич, *Правовое обеспечение международного туризма: Учебно-практическое пособие*, Кондор, Киев, 2004, р. 51-68.

UNESCO одржава листу места светске природне и културне баштине, која садржи 962 локалитета широм света (од тога 745 културних, 188 природних, 29 мешовитих, а који се налазе у 157 чланица), оцењених од стране UNESCO Комитета светске баштине као места изузетне универзалне вредности за целокупну светску заједницу. Међутим, ова организација није одговорна да одржава и штити места која су на њиховим листама. *Конвенцију о заштити светске баштине* (1972) „да се идентификују, заштите и очувају најдрагоценија подручја са природним и културним вредностима од универзалног значаја...“ потписало је 190 држава чланица.³⁶

На *Листи светске баштине* (земље могу номинovati културну „својину“ на Листу, уколико се она истиче по универзалној вредности...са етнолошке и антрополошке тачке гледишта или уколико испуњава друге критеријуме)³⁷ из Србије до сада су уписани:³⁸

- Културно-историјски регион Старог Раса и Сопоћана (1979) – целина која укључује манастире Сопоћани и Ђурђеви Ступови, Петрову Цркву и остатке тврђава Рас и Градина;
- Манастир Студеница (1986),
- Средњевековни споменици на Косову (2004), налазе се и на листи угрожене светске баштине од 2006. године – поред манастира Дечани који је појединачно уписан (2004), листи су 2006. године додати: Пећка патријаршија (2006), Манастир Грачаница (2006), Богородица Љевишка (2006);
 - o Поменута четири здања рефлектују високо цењену византијско-романску црквену културу са својим јасним стилем зидног сликарства, која се развила на Балкану између 13. и 17. века. Овај стил је одиграо одлучујућу улогу у Балканској уметности која је потом уследила.
- Гамзиград (2007) – Ромулијана, Галеријева палата.

У оквиру UNESCO програма „Памћење света“, у Светски регистар културне документационе баштине из Србије су уписани Архива Николе Тесле (2003) и Мирослављево јеванђеље (2005). Фототипско издање Мирослављевог јеванђеља (из 1180. године) чува се у Библиотеци UNESCO у Паризу, док се оригинал чува у Народној библиотеци Србије. Наиме, програм „Памћење света“ покренут је да би се сачувала и промовисала културна документациона баштина од универзалне вредности. У овај регистар за сада је уписано 120 рукописа, архива и колекција из 57 земаља света.

UNESCO MAB Савет, у оквиру програма „Човек и биосфера“, прогласио је део парка Голија (Студеница) за резерват биосфере. Царска бара и Лудошко језеро су резервати биосфере човечанства, тј. мочварна подручја у опасности.

³⁶ UNESCO, UNESCO, *UNESCO World Heritage Atlas*, UNESCO, Paris, France, 2012. Земље потписнице конвенције могу се видети на: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/>.

³⁷ Johnston A, *Is the Sacred for Sale?: tourism and indigenous peoples*, Earthscan, London, 2006, p. 122

³⁸ UNESCO: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/rs/>, приступ 30.12.2012.

1.3. Програм УН за животну средину (UNEP)

Програм УН за животну средину (енгл. *United Nations Environment Programme* – UNEP) је међународна институција која координира активности УН везане за животну средину, те помаже земљама у развоју да примене еколошки здраве праксе, како на локалном, тако и на регионалном нивоу. Настала је као резултат Конференције УН о човековој средини у Стокхолму (1972), када је донет акциони план за политику заштите окружења, декларација са 26 принципа о људском окружењу и успостављен Фонд заштите окружења.³⁹ Седиште организације је у Кенији (Најроби). UNEP има шест регионалних канцеларија (Африка, Азија и Пацифик, Латиска Америка и Кариби, Северна Америка, Западна Азија, Европа) и канцеларије у разним земљама.⁴⁰

UNEP и Светска метеоролошка организација основале су међудржавни панел о климатским променама (1988). UNEP је такође једна од неколико имплементирајућих агенција Глобалног фонда за заштиту животне средине и Мултилатералног фонда за имплементацију Протокола из Монтраела (1987) о заштити озонског омотача, а такође је и члан Развојне групе УН.

UNEP-WCMC (*World Conservation Monitoring Centre* - WCMC) – је извршна агенција UNEP са седиштем у Кембриџу и центар за праћење стања у оквиру појединачних националних заштићених подручја. UNEP-WCMC укључује процену биодиверзитета, подршку међународним конвенцијама, изградњу капацитета и управљање просторним подацима о очувању станишта, као и конзервације различитих сектора путем више програма (безбедност хране, заштићена подручја, бизнис и биодиверзитет, итд).

Активности UNEP покривају широк спектар питања у вези атмосфере, морских и земаљских екосистема, еколошке управе и зелене економије. Одиграо је значајну улогу у развоју *међународних конвенција о заштити окружења, промовисању науке о екологији и информисању о начину на који могу бити примењене у сарадњи са политиком*. Ради на развоју и спровођењу политике у сарадњи са националном управом, регионалним институцијама, као и невладиним организацијама које се баве заштитом окружења. UNEP је такође био активан у финансирању и примени развојних пројеката везаних за окружење.

UNEP је помогао *формулисању смерница и споразума о питањима као што су: међународна трговина потенцијално штетним хемикалијама, прекогранично загађење ваздуха и контаминација међународних водених путева*.

Структуру UNEP чини шест одељења:⁴¹

- Одељење за рано упозоравање и процене,
- Одељење за имплементацију политике заштите животне средине,
- Одељење за технологију, индустрију и економију,
- Одељење за регионалну сарадњу,
- Одељење за правна питања и конвенције о заштити животне средине,

³⁹ Johnson S.P., *United Nations Environment Programme, UNEP the First 40 Years: a Narrative by Stanley Johnson*, United Nations Environment Programme, Nairobi, Kenya, 2012, p. 7-24.

⁴⁰ Брошура: *United Nations Environment Programme, About UNEP: Environment for development* (http://www.unep.org/PDF/ABOUT_UNEP_ENGLISH.pdf).

⁴¹ United Nations Environment Programme, *UNEP Organization Profile*, 2006, p. 23-30.

- Одељење за комуникацију и јавно информисање.

UNEP је препознатљив по бројним извештајима, билтенима и атласима, које садрже свеобухватне процене о заштити животне средине, анализе и информације, и за креаторе политике и за заинтересовану јавност.⁴²

Кампања „Зелени пасош“ (*Green Passport Campaign*) је карактеристична за туризам и она подстиче развој одрживих производа и услуга у туризму, кроз изградњу капацитета пословног туризма и њихових ланаца добављача. Са друге стране, код туриста подиже свест у погледу њиховог потенцијала да допринесу одрживом туризму,⁴³ као и код локалног становништва. Кампања „Зелени пасош“ промовише туризам који уважава еколошке и културне вредности дестинација, и доноси економске и социјалне користи за локалну заједницу.

Мандат водећег програма за окружење у оквиру УН, потврђен је UNEP на Конференцији о окружењу и развоју (1992) у Бразилу - Рио де Жанеиру, од стране Комисије за одрживи развој. Утврђене су приоритетне активности UNEP, као агенције одговорне за спровођење Агенде 21 (акционог програма одрживог развоја у 21. веку), а то су:⁴⁴

- интегрисање одрживости у политику развоја туризма,
- подршка владама и другим институционалним актерима на локалном и међународном нивоу,
- промовисање модела одрживости у ланцу туристичких вредности,
- сарадња са туристичком привредом (хотели, туроператори, транспортна предузећа и другим),
- подстицање тражње за „одрживим туристичким услугама“,
- сарадња са невладиним организацијама, који у својим програмима имају одрживи туризам.

UNEP и UNWTO су централне институције за одрживи развој туризма и Конвенцију о биолошкој разноврсности.

Поред позитивних ефеката туризма на раст светске привреде, UNEP упозорава и на негативне еколошке, економске и социјалне ефекте туризма, који су последица градње, управљања инфраструктуром (као што су путеви и аеродроми), и туристичким објектима (укључујући одморишта, хотеле, ресторани, продавнице, марине). Лоше управљање туризмом може створити енормни притисак на просторне целине, повећати загађеност ваздуха, воде и мора, изазвати ерозију тла, довести до губитка природних станишта, повећати притисак на угрожене врсте и повећати опасност од шумских пожара.

С друге стране, туризам има потенцијал да допринесе заштити животне средине и смањењу сиромаштва, капитализацијом имовине биодиверзитета, увећањем свести јавности о значају животне средине и упознавањем са еколошким

⁴² United Nations Environment Programme, *UNEP Year Book 2013: Emerging Issues in Our Global Environment*, United Nations Environment Programme, February 2013; United Nations Environment Programme, *GEO-4 Global Environment Outlook: Environment for the future we want*, Progress Press Ltd, Malta, 2012.

⁴³ Becken Susanne, Hay E. John, *Climate Change and Tourism: From policy to practice*, Routledge, 2012, p. 177.

⁴⁴ United Nations Environment Programme, *Tourism, The Tourism and Environment Programme*, <http://www.unep.org/resourceefficiency/Home/Business/SectoralActivities/Tourism/tabid/78766/Default.aspx>, Приступ: 31.3.2014.

проблемима. Одрживо пословање у туризму може бити промовисано као алтернатива живљења.

Значајни светски (глобални) пројекти које је UNEP спонзорисао су: програм за развој соларне енергије (у Индији, Тунису, Мексику, Индонезији, итд), истраживање последица које су резултат отапања глечера, производња еколошких возила на електричну енергију, и слично. *Финансијска иницијатива UNEP (1990)* је јавно-приватно партнерство успостављено између UNEP и финансијског сектора. Броји преко 200 чланова и то водећих банака, инвестиционих фондова и осигуравајућих друштава. Настоји да подстакне примену принципа одрживости на свим нивоима у финансијским институцијама.

1.4. Програм УН за развој (UNDP)

Програм УН за развој – *UNDP* (енгл. *United Nations Development Program*) установљен је 1965. године са циљем да промовише развој земаља тзв. Трећег света, односно ради пружања подршке одрживом развоју усредсређеном на људе.

UNDP је настао спајањем Проширеног програма за техничку помоћ (чији циљ је био да помогне економске и политичке аспекте неразвијених земаља) и Специјалног фонда УН (који је требао да обезбеди повећан обим техничке помоћи УН). Ове две организације су се потпуно спојиле у UNDP (1971), да би се избегло дуплирање активности.⁴⁵

Централну пажњу UNDP заокупља искорењивање сиромаштва и стварање развојног амбијента за: одржив људски развој, унапређивање положаја жена, заштиту и обнављање животне средине.

UNDP је светска мрежа УН за развој, организација која се залаже за промене и повезивање држава са знањем, искуством, те потенцијалима, како би се грађанима омогућило да изграде бољи живот. Делује у 177 земаља и територија,⁴⁶ а у Србији је присутна од 1952. године. Овај програм УН помаже државама да нађу сопствена решења за изазове глобалног и националног развоја. Исто тако, државе имају подршку UNDP и њихових бројних партнера, за развој локалних капацитета.

UNDP ради на промоцији одрживог друштвеног развоја, у складу са Миленијумским развојним циљевима, као развојној агенди међународне заједнице, глобално и регионално.

UNDP глобално повезује и координира међународна и национална настојања за постизањем бољег живота за све, кроз следеће области деловања:

- демократски развој,
- сузбијање сиромаштва,
- спречавање кризних ситуација и конфликта,
- енергија и окружење, и
- ХИВ/АИДС.

Регионална канцеларија UNDP за Европу и Заједницу независних држава пружа подршку у 25 земаља и територија, у централној и источној Европи, на

⁴⁵ Murphy N.Craig, *The United Nations Development Programme: A Better Way?*, Cambridge: Cambridge University Press, 2006, p.51–66.

⁴⁶ UNDP: http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/about_us.html, Приступ: 22.08.2013.

Кавказу и у Централној Азији. Уз главну канцеларију у Њујорку, постоји 5 регионалних бироа (Африка, Арапске земље, Азија и Пацифик, Европа и Заједница независних држава, Латинска Америка и Кариби). Регионални центар за Европу је у Братислави. Канцеларија UNDP за Србију налази се у Београду.

1.5. Светска трговинска организација (WTO)

Светска трговинска организација – WTO (енгл. *World Trade Organization*) је једина организација која се бави глобалним правилима међународне трговине. Основана је у Маракешу – Мароко, ступањем на снагу Споразума о оснивању WTO, 1. јануара 1995. године. Окупља 159 земаља чланица (до јуна 2014. године) и 25 земаља са статусом посматрача.⁴⁷ Циљеви WTO су: спровођење трговинских споразума Организације, решавање трговинских спорова, надзор над националним трговинским политикама, као и сарадња с другим међународним организацијама. WTO делује и као форум за трговинске преговоре, пружа техничку помоћ и помоћ у обучавању и образовању у земљама у развоју.

WTO је један од три најзначајнија стуба система међународних економских односа (поред ММФ и Групе СБ), који се, између осталог, бави и туристичким услугама кроз *Општи споразум о трговини услугама – GATS*.⁴⁸ GATS је скуп правно обавезујућих правила и дисциплина, договорених на мултилатералном нивоу, које обухватају међународну трговину услугама.⁴⁹ Ако се посматра само област туризма, као један сегмент међународне трговине услугама, GATS покрива скуп услуга неопходних за креирање целовитог туристичког производа, односно пружање комплетне туристичке услуге.

У складу са ширим економским значајем туризма за сваку поједину земљу (нпр. у запошљавању, учешћу у платном билансу, ВДП и слично), WTO је, отварањем преговора 2000. године, преузео низ активности за формирање регулативе у области туризма и за либерализовање пружања туристичких услуга (услуга смештаја, исхране и пића, превоза путника, забаве и разоноде, и друго), сагласно надлежностима GATS.

Следећи правила и препоруке GATS, Турска је либерализовала услове за стране директне инвестиције у туризам. С друге стране, у Доминиканској Републици је већ 1994. године било 57% смештајних капацитета у рукама страних компанија (што је реализовано кроз споразуме о власништву или кооперацији); а на Хавајима је 1991. године 66% постојећих хотелских соба (до тада у власништву државе), откупљено од стране страних инвеститора, а чак 61% су откупили Јапанци.

⁴⁷ Преговори о нашем чланству у WTO започели су у фебруару 2005. године. Србија има статус посматрача. Од краја 2012. године Србија је у завршној фази процеса приступања. Извор: http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm, приступ: 10.06.2014.

⁴⁸ Циљ закључивања GATS је био успостављање општих правила којима би се регулисала међународна трговина услугама и извршила либерализација услуга на националним тржиштима уз поштовање националних развојних политика.

⁴⁹ Зубић-Петровић С, Раковић А, *Светска трговинска организација, Правни инструменти и савремене тенденције*, Министарство за међународне економске односе Србије и Црне Горе, Београд, 2005, стр. 267-296.

Споразум обухвата све услуге које су предмет међународне трговине и дефинише четири модела пружања услуга⁵⁰ (како је приказано у следећој табели).

Табела бр. 1: Модел пружања услуга - GATS

НАЗИВ МОДЕЛА	ОПИС	Карактеристике модела	ПРИМЕР
Прекогранични промет	Пружалац је из једне земље, корисник је из друге земље, при чему сама услуга прелази државну границу	Пружалац услуге није присутан на територији корисника услуге	Курирске услуге, информациони центри, слање материјала путем интернета, електронско учење, итд.
Коришћење услуга у иностранству	Пружалац је из једне земље. Корисник из друге земље прелази границу и на територији пружалаца услуга користи исту.		Туризам, медицинско лечење или образовање у иностранству, итд.
Комерцијално присуство	Пружалац – правно лице из једне земље прелази границу и у другој земљи, на територији корисника услуге пружа своју услугу	Пружалац услуге је присутан на територији корисника услуге	Директно улагање, оснивање филијала, агенција или афилијација, заједничка улагања, итд.
Присуство физичких лица	Пружалац- правно лице из једне земље кроз повремено присуство физичких лица, прелази границу и пружа услугу на територији корисника услуге		Запослени у филијалама, аганцијама или афилијацијама матичних компанија, који услуге пружају на територији корисника

Извор: Царински инструктор, Туристичке и хотелијерске услуге са аспекта спољнотрговинских и девизних прописа. Плаћање, наплаћивање и евидентирање услуга и обавеза извештавања Девизног инспектората, 05.08.2011.

Туристичке и хотелијерске услуге спадају у модел коришћења услуга у иностранству, код ког пружалац услуге није присутан на територији корисника услуге. Оне представљају врсту услуга која последњих година бележи константан раст, при чему су ове услуге од виталног значаја за привреду неких земаља.

Законом о спољнотрговинском пословању (Сл. гласник РС, бр. 36/2009 и 36/2011 - др. закон) прихваћени су принципи и начела WTO, те су наведена четири модела пружања услуга обухваћена дефиницијом спољнотрговинског промета, робом и услугама из члана 2. став 1. овог Закона, у којој је наведено да је спољнотрговински промет – промет између домаћих и страних лица, који се обавља на основу уговора закључених у складу са домаћим прописима и међународним уговорима, чиме се са територијалног прешло на персонални критеријум код одређивања појма спољнотрговинског промета.⁵¹

⁵⁰ Унковић М, Стакић Б, *Спољнотрговинско и девизно пословање*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2011, стр. 317.

⁵¹ Царински инструктор, *Туристичке и хотелијерске услуге са аспекта спољнотрговинских и девизних прописа*. Плаћање, наплаћивање и евидентирање услуга и обавеза извештавања Девизног инспектората, 05.08.2011.

Због великог броја услуга које туризам обухвата, током Уругвајске рунде преговора (1986-1993), настала је *класификација услуга везаних за туризам*, заснована на UNWTO стандардној међународној класификацији туристичких активности (SICTA – *Standard International Classification of Tourism Activities*), која је одобрена као привремена од стране Статистичке комисије УН (на њеном 27. заседању) 1993. године. SICTA идентификује приближно 70 специфичних активности везаних за обезбеђивање туристичких услуга и још додатних 70 активности које се парцијално појављују у набавци туристичких услуга.

Према GATS међународна трговина услугама треба да буде постепена и прогресивно либерализована. Либерализација је заснована на три специфична стуба, а то су:⁵²

- *приступ тржишту* – стране компаније имају слободан приступ домаћем тржишту,
- *третман најповлашћеније нације* – привилегије и повластице (гарантоване од стране уговорнице) за производ који има порекло у другој држави, једнако важе за производ из свих земаља уговорница.
- *национални третман* – забрана дискриминације или давања бољег третмана који би имао одлике протекционизма, нпр. страном предузеће мора имати једнак третман као домаће предузеће, а исто важи за стране и домаће робе и услуге.

Улога и значај међународних институција, у ширењу и примени одредаба међународних стандарда GATS, показала се изузетно ефикасном и неопходном за функционисање туристичке привреде и превазилажења проблема око неприлагођених туристичких споразума у GATS.

Према GATS, туристички сектор је предмет високог степена либерализације, а који полази од либерализације инвестиционог режима и увећања слобода кретања људи, а мултилатералним преговорима договорено је да процес либерализације укључи и све облике туристичких услуга. У смислу борбе против нелојалне конкурентске праксе, то подразумева: бољи приступ информацијама, фер и коректно коришћење глобалних дистрибутивних система (расположивост информација о редовима летења авио превозника, слободним местима, ценама и линијама) путем којих се врше резервације или издају карте, везу између туризма и авио-саобраћаја и већу безбедност уговорених услуга.⁵³

GATS практично формулише правни оквир за спровођење прогресивне либерализације међународне трговине услугама, укључујући и туризам, што практично значи:

- интензивирање конкурентске утакмице на целокупном светском тржишту,
- подстицање ефикасног привређивања,
- виши степен ценовне еластичности и
- квалитативно прилагођавање туристичке понуде.

Неке од осталих битних области које су предмет либерализације у туризму (поред слободног кретања робе, људи и капитала) су: заштита потрошача; приступ

⁵² WTO, *The Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, Geneva, 1995, p. 325-365.

⁵³ WTO, *The Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, Geneva, 1995, p. 325-365; Видети и сајт WTO: <http://www.wto.org/english>, *The Uruguay Round WTO*; и *General Agreement on Trade in Service*.

и коришћење информација; авиопревоз, помоћне услуге и безбедносне мере; сарадња за одрживи развој туризма; везе са осталим међународним организацијама.

Земље чланице WTO самоиницијативно указују на баријере у туризму и залажу се за њихово елиминисање. Тако су нпр. САД и Јапан инсистирале на либерализацији хотелских и ресторанских услуга, а са друге стране захтевале веће обавезе туристичких водича. Канада је као трговинске баријере у туризму препознала рестриктивно издавање лиценци. Швајцарска се залагала за: укидње преосталих баријера у трговини туристичким услугама, заштиту потрошача, квалитет услуга и принцип одрживог развоја, те у области пословања хотела, ресторана, туристичких агенција и туроператера - поштовање одређених обавеза.⁵⁴

Трговина услугама је била један од најосетљивијих и најкомплекснијих сектора у процесу преговарања око приступања Србије WTO. Отварањем преговора, постепено су се усаглашавали и прописи, с обзиром да се у отвореним тржишним привредама регулатива из ове области брзо мења, али то не значи да не треба максимално инсистирати на сопственим развојним, платнобилансним, безбедносним, еколошким и другим интересима земље.

У Србији су постојала одређена одступања од одредби усаглашених у GATS. Нпр. за обављање професије туристичког водича, на основу ранијих Закона о туризму Републике Србије, било је обавезно домаће држављанство, што је у супротности са GATS. Такође, постојала је неусаглашеност са принципом националног третмана (који подразумева да се примењују услови не мање повољни од оних који се примењују на остале кориснике сличних услуга под сличним условима), јер су се примењивале двојне цене туристичких услуга, двојне путарине и комуналне и боравишне таксе, које су за странце биле више у односу на домаће туристе.

Законска решења у области речног саобраћаја су генерално усаглашена са GATS-ом. Предмет либерализације су биле помоћне услуге у приступу и употреби лучких капацитета, с обзиром да Србија располаже са ограниченим лучким капацитетима. У ваздушном саобраћају, закључују се билатерални споразуми који регулишу путнички, теретни и поштански саобраћај (редовни и чартер). Либерализација је рађена у погледу услуга продаје и маркетинга, одржавања и поправки авиона и компјутерских резервационих система. Везано за друмски саобраћај, имајући у виду неизграђеност инфраструктуре и захтеве за заштитом окружења, потребна је израда нових концесија и нове стратегије наступа. За све видове саобраћаја, укључивање у систем EDIFACT је предуслов за пружање свих саобраћајних услуга на међународним релацијама. Наиме, стандарди из система EDIFACT важе од 1995. године у међународној трговини, администрацији и транспорту.

Чланство у GATS, омогућило би примену нових технолошких знања и достигнућа из развијених земаља, осавремењавање туристичке понуде Србије и заузимање конкурентских позиција. Учлањивање у WTO омогућава „добијање статуса најповлашћеније нације у трговини са чланицама WTO, што значи извоз наших производа уз ниже царине, заштиту од нелегалних економских мера других земаља, уз истовремену заштиту од нелојалне конкуренције на домаћем тржишту

⁵⁴ GATS 2000, *Tourism services: Summary of proposals from WTO members*, May 2001.

спречавањем монополског положаја,⁵⁵ што су све важни подстицаји нашој земљи, да се више ангажује у том правцу.

2. ГРУПА СВЕТСКЕ БАНКЕ

Група Светске банке (*Светска банка* – СБ, енгл. *World Bank Group*) је међународна финансијска институција која обезбеђује кредите за капиталне програме земаља у развоју, са званичним циљем да се смањи сиромаштво. Према Статуту СБ, све одлуке морају бити у функцији промоције страних инвестиција, међународне трговине и олакшавања капиталних инвестиција.

Светску банку чини банкарска група од четири светске финансијске институције, а то су: Међународна банка за обнову и развој (IBRD), Међународно удружење за развој (IDA), Међународна финансијска корпорација (IFC) и Мултилатерална агенција за гарантовање инвестиција (MIGA), а у њеном саставу је и међународни центар за решавање инвестиционих спорова (ICSID).

Група Светске банке помаже туристичке пројекте из два извора средстава: *IFC – International Finance Corporation* и *MIGA – Multilateral Investment Guarantee Agency*. Ове две институције из Групе СБ основане су за помоћ приватном сектору, што и чине путем зајмова, деоница, инвестиционих услуга, техничке помоћи и осигурања.

СБ такође нуди селективну подршку пројектима који нпр. у туризму промовишу боље хотеле као одговор на растуће захтеве тражње, углавном путем дугорочног приоритетног кредитирања или комбинацијом кредита и учешћа у капиталу, уз уговорену стратегију изласка из инвестиција.

Група СБ обезбеђује политичку, правну и регулативну основу за туристички сектор, као и саветодавну помоћ код земља у развоју (нпр. приликом одређивања за инвестиције). Ова финансијска институција сарађује са UNWTO, размењује ставове о потребама и могућностима развоја међународног туризма, промовише заштиту културног наслеђа и одрживи развој туризма, утиче на пораст атрактивности страних директних инвестиција као једном од важних механизма за развој туризма и веће ангажовање приватног сектора у туризму. Наиме, приватни туристички сектор има растућу улогу у решавању проблема незапослености, посебно ако се има у виду статистичка чињеница да нпр. свака хотелска соба креира једно до два радна места, директно или индиректно.

Делатност Групе СБ усмерена је на:⁵⁶

- обнову и развој туристичке привреде чланица, олакшавање приступа финансијским средствима, усмеравање ка бољем коришћењу природних богатстава код слабије развијених земаља;
- подстицање приватних инвестиција у иностранству путем гаранција или учешћем у гаранцијама и другим врстама инвестиција, као и допуњавањем

⁵⁵ Стакић Б, *Међународне финансијске институције*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2012, стр. 264.

⁵⁶ Унковић М, *Међународна економија*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009, стр. 340.

приватних инвестиција финансијским средствима из властитог капитала банке или других извора, када приватни капитал није расположив по умереним условима;

- помагање равномерног дугорочног развоја међународне трговине и одржавање равнотеже у платним билансима, подстицањем инвестиционе изградње земаља чланица ради раста производње, животног стандарда и побољшања услова рада у привредама земаља чланица;
- усклађивање сопствених кредита са кредитима других међународних институција за потребе реализације хитних и приоритетних пројеката развоја појединих земаља чланица;
- усклађивање сопственог ангажовања и финансирања са стањем и приликама у земљама које се финансирају.

Према проф др. Мирољубу Хацићу „посебно важан за Србију и остале земље у транзицији и развоју је систем Светске банке, чији је циљ унапређење потенцијала развоја ових земаља“⁵⁷.

Поред наведених функција, Група СБ интервенисала је и помагала у проналажењу најбољих решења за економско-финансијске међународне проблеме, а између осталог и при организовању и пружању техничке помоћи, оснивању Института за економски развој, обучавању кадрова и оснивању Конзорција за кредитирање приоритетних програма развоја.

2.1. Међународна финансијска корпорација (IFC)

Међународна финансијска корпорација – IFC (енгл. *International Finance Corporation*) је основана 1956. године, има 184 земље чланице, а њен значај се огледа у улози катализатора између приватних предузећа којима је потребан капитал и заинтересованих улагача. Мотиви оснивања IFC били су раст утицаја приватног сектора и капитала, слободније учешће приватног сектора у финансирању разних пројеката, без постављања уобичајних услова који се односе на гаранције државе за дате кредите.

IFC има богато искуство у финансирању туризма, чему доприноси и посебно саветодавно тело (сервис) за стране инвестиције. Од 1956. године IFC је инвестирао преко 2,8 млрд УСД у 267 хотела у више од 89 земаље, с тим да је више од половине ових инвестиција (52%) уложено у IDA земље (најсиромашније земље света).⁵⁸

Укупне IFC инвестиције у туризам, по регионима, у јуну 2013. године су износиле: Субсахарска Африка 420,89 мил. УСД, Европа и Централна Азија 449,22 мил. УСД, Источна Азија и Пацифик 394,07 мил. УСД, Латинска Америка и Кариби 701,96 мил. УСД, Средњи Исток и Северна Африка 352,96 мил. УСД,

⁵⁷ Хацић М, *Банкарство*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009, стр. 119.

⁵⁸ International Finance Corporation, *Tourism: Enhancing Economic Growth in Emerging Markets*, September, 2013.
http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/Industry_EXT_Content/IFC_External_Corporate_Site/Industries/Tourism,+Retail+and+Property/Sectors/

Јужна Азија 258,7 мил. УСД, док су глобално/регионално индивидуално одобрени пројекти износили 228 мил.УСД.⁵⁹

Хотели играју кључну улогу у развоју као катализатор туризма и пословне инфраструктуре. Поред тога, хотели стварају радна места, повећавају пореске приходе, повећавају зараду од спољне размене и пружају боље шансе за мала предузећа. Способношћу да олакша локални, регионални и национални економски раст, помаже да се смањи сиромаштво, што је разлог дубокој посвећености IFC хотелској и туристичкој привреди. Та посвећеност се простире на заштиту животне средине, очување културе и инвестиције у хотеле који употпуњују јединствена природна станишта и повећавају атрактивност историјски значајних локалитета.

Партнери IFC су водећи домаћи и међународни инвеститори и предузећа, као што су: *Orient Express Hotels, TPS Serena, Shangri-La*, и други инвеститори који се придружују са својим великим хотелским брендovima, укључујући: *Hilton, Marriott, Hyatt, Inter-Continental* и *Accor*, кроз управљачке или франшизинг уговоре.

Просечан обим инвестиција у туризам се креће између 3-4% од укупних инвестиција IFC.⁶⁰ Већи број инвестиција је ишао у мање пројекте за земље као што су Кенија, Танзанија, Зимбабве, Непал, Малдиви, Лаос. IFC је инвестирала у велике хотеле у Азији и на Јужном Пацифику, као нпр. на острву Фиђи и другим острвима. У неким земљама, на сваких 4 УСД које потроши страни туриста 1 УСД дође у руке сиромашнима. Врхунски хотели стварају 1,5 до 3 радна места по хотелској соби и могу генерисати значајне приходе од пореза.

Основна делатност IFC је проширење привредног развоја земаља чланица кроз финансирање развоја, модернизацију и проширење приватних предузећа. IFC финансира само приватна предузећа, тако што учествује са 50% у вредности инвестиционог пројекта. Остатак средстава осигурава приватно предузеће властитим уделом у финансирању.

Првенство у финансирању развоја приватног сектора имају предузећа код земља у развој. Приликом одлучивања о инвестицијама у туризам води се рачуна о географској локацији, типу хотела, величини и форми учешћа IFC. Услов финансирања је да инвеститор није у могућности да осигура потребна средства на тржишту капитала под одговарајућим условима, да су пројекти рентабилни и да се уредно измирују приспеле обавезе. Кредити се одобравају са роком од 7 до 15 година.

У периоду од 1980. до 2003. године је уложен 21 милион УСД у туристичку (смештајну) понуду и друге туристичке услуге Југославије, али само у Црну Гору.⁶¹ Као чланица IFC Србија је од 2001. године добила средства у висини од 664 милиона УСД за пројекте у секторима финансија и прерађивачке индустрије (према пресеку стања на дан 31.07.2012).⁶²

IFC одржава повољну инвестициону климу, јача домаће финансијско тржиште и омогућава веће учешће приватног сектора у инфраструктури, у смислу

⁵⁹ International Finance Corporation, *Summary of IFC Investments in Tourism by Regions*, June 2013.

⁶⁰ International Finance Corporation, *2003 Annual Report*, IFC, June 2003.

⁶¹ Корисник средстава је била фирма Монтенегро А.Д. Подгорица „Monte“ хотел. - International Finance Corporation, *Summary of IFC Investments in Tourism by Regions*, June 2013.

⁶² International Finance Corporation, <http://www.ifc.org>, на дан: 31.07.2012.

побољшања продуктивности, повећања енергетске ефикасности и бриге о животној средини у корпоративном сектору.

У већини земаља Западног Балкана (Албанији, БиХ, Хрватској, Косову, Македонији, Црној Гори и Србији) IFC је био активан од 1990. године. У 2012. фискалној години, у земље Западног Балкана, инвестиран је 721 мил. УСД,⁶³ док је у фискалној 2013. години инвестирано 1,1 млрд. УСД (од чега 400 мил. УСД у Србију),⁶⁴ укључујући финансије прикупљене и од других партнера, пружајући на тај начин подршку пројектима у финансијском сектору, инфраструктури, пољопривреди и производном сектору. Приоритет инвестирања у Србији имају слабо развијени региони и пројекти који воде већој економској диверзификацији и регионалној интеграцији. Рађено је са клијентима из приватног сектора, владом и цивилним друштвом, а приоритети су били одговор на кризу, пољопривреда, климатске промене и побољшање инвестиционе климе.

2.2. Мултилатерална агенција за гарантовање инвестиција (MIGA)

Мултилатерална агенција за гарантовање инвестиција – MIGA (енгл. *Multilateral Investment Guarantee Agency*) је основана априла 1988. године, са основним капиталом од 1 милијарде УСД, седиштем у Вашингтону и са много мањим оквиром и мандатом деловања у односу на IFC. MIGA је међународна финансијска институција која је у 2013. години имала 188 земаља чланица. Чланство у MIGA је доступно само за земље које су чланице СБ, посебно IBRD. Интересантна је за приватне инвеститоре у туризму јер промовише развој приватног сектора, обезбеђујући инвестиције, гаранције, осигурање и друге механизме помоћи, за случај појаве једног или више не комерцијалних или “политичких” ризика (односи се на пет врста ризика: владина ограничења конвертовања и преноса девиза; експропријација; рат, тероризам и грађански немири; повреде уговора и непоштовање суверених финансијских обавеза). Агенција је фокусирана на земље чланице IDA и земље погођене оружаним сукобима.⁶⁵ Усмерена је на пројекте који креирају нова радна места, развијају инфраструктуру, генеришу нове пореске приходе и који користе природне ресурсе кроз одрживе политике и програме.

MIGA је у 2013. години издала нове инвестиционе гаранције за 30 пројекта у вредности од 2,8 млрд УСД.⁶⁶

Мисија MIGA се састоји у промовисању страних директних инвестиција у земљама у развоју у циљу подршке економском расту, смањењу сиромаштва и побољшању живота људи.

⁶³ IFC: Sub-Regional Fact Sheet – *IFC in the Western Balkans*, 2012.

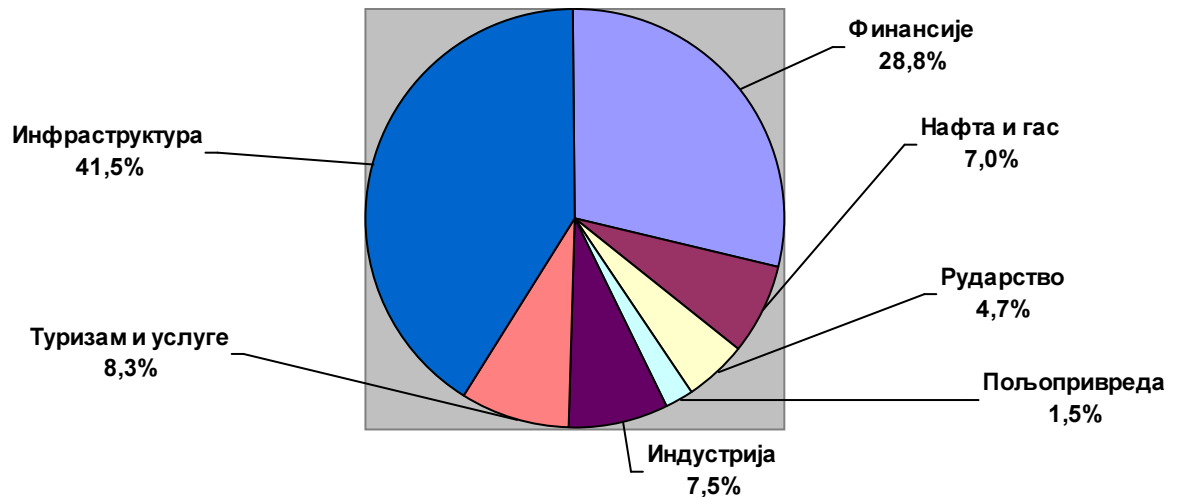
⁶⁴ Konar-Leacy Violane, IFC, Презентација: *Глобално партнерство у циљу стварања нових и квалитетних радних места у приватном сектору*, Београд, 31. јануар 2014.

⁶⁵ Multilateral Investment Guarantee Agency, Report, *Fostering Investments, Rebuilding Confidence*, MIGA, March 2012.

⁶⁶ Multilateral Investment Guarantee Agency, *MIGA Annual Report 2013*, 2013, p.2

MIGA ради у свим регионима света и обезбеђује инвестиционе гаранције за пројекте у више од 100 земаља у развоју из различитих сектора. Приказ одобрених гаранција по секторима дајемо у графикону 1 и 2 (за јун 2006. и јун 2013. године).

Графикон бр. 1: Одobreне гаранције MIGA по секторима (%) - у јуну 2006.



Извор: Према табели MIGA, *MIGA Annual Report 2006*, 2006, р. 98

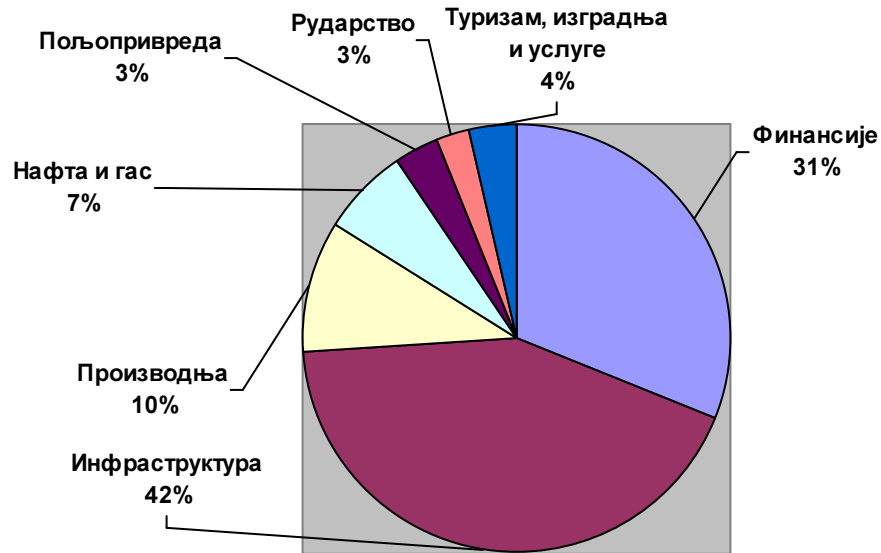
Из приказаних графикана уочава се извесна законитост у секторској дистрибуцији гаранција, у смислу да постоји оријентација ка подршци одређеном мањем броју сектора (финансије, инфраструктура, производња, нафта и гас, пољопривреда, рударство и туризам и услуге) и о учешћима одобрених гаранција.

MIGA је од свог настанка до 2010. године издала гаранције за пројекте из туристичког сектора у износу од 279 милиона долара.⁶⁷

MIGA пружа велики број инвестиционих и саветодавних услуга, посебно у земљама у развоју, а обезбеђује и техничку помоћ у вези са инвестиционим могућностима.

⁶⁷ Multilateral Investment Guarantee Agency, World Bank Group, *Tourism brief*, MIGA, February 2010.

Графикон бр. 2: Одобрене гаранције MIGA по секторима (%) - у јуну 2013.



Извор: Према табели MIGA, *MIGA Annual Report 2013*, 2013, p. 61

У Прилогу „MIGA пројекти у туризму“, приказани су неки од пројеката у туризму - значајнији по вредности гаранција, а из којих се практично може видети улога MIGA као места где сарађују извозници и увозници капитала. Иначе, гаранције се дају за пласмане у облику дугорочних инвестиција, акција и кредита.

Квалификације за добијање гаранција MIGA подразумевају веома стриктне услове и правила, као на пример: морају бити у питању прекогранични послови између земаља чланица (не може се учествовати са чисто локалним пословима), морају бити у питању нови пројекти (мада ту постоји извесна флексибилност), износ захтева за инвестиционе гаранције ограничени су на 10 милиона УСД, и сл. Минимално трајање је 3 године, горња граница је 15 година, а у одређеним случајевима 20 година.

Гаранције се одобравају за: одвраћање од штетних радњи; решавање спорова; приступ финансирању; снижавање трошкова позајмљивања; пружање потребних знања земљама; и обезбеђивање заштите животне средине и социјалне експертизе.

3. СВЕТСКИ САВЕТ ЗА ПУТОВАЊА И ТУРИЗАМ (WTTC)

Светски савет за путовања и туризам - WTTC (*World Travel and Tourism Council*) са седиштем у Лондону, је глобални форум путничких и туристичких лидера, који координира развој туризма у Европи и свету. Чланство у Савету је само по позиву, или након разматрања Одбора изјаве о заинтересованости за чланство, појединца и организација које су у истом рангу са садашњим члановима, и који су спремни да уложе неопходна финансијска и друга средства да подрже мисију Савета.⁶⁸ Чланови Савета су извршни директори из свих подручја блиско повезаних са туризмом, попут хотелског и угоститељског сектора, организација за забаву и рекреацију, те превозничких компанија. Основан је 1990. године и „једино је тело које представља приватни сектор у свим деловима светске привреде.“⁶⁹ У њеном чланству се налазе лидери стотину водећих путничких и туристичких компанија у свету, као што су: *авио-превозници* – нпр. United Airlines, British Airways, Etihad Airways; *CRS системи* – нпр. Amadeus IT Group; туристичке агенције - Tomas Cook (India) Ltd; *финансијске институције* - Visa, American Express, *хотели* – InterContinental Hotels Group, Hilton Worldwide, Hyatt Hotels Corporation и друге, покривајући простор северне и јужне Америке, Азије/Пацифика и Европе. Основна мисија организације је да подигне свест о економском и друштвеном значају и потенцијалу путовања и туризма.

Политика Савета је усмерена на развој туризма, и то:⁷⁰

1. Сагледавањем будућих *трендова у путовању и туризму* с циљем да се покаже огроман “допринос путовања и туризма развоју националне (како на нивоу државе, тако и на нивоу локалне заједнице) и светске привреде”⁷¹.
2. *Израдом стратешких мера и докумената* о путовањима и туризму, те повезивањем главних међународних, регулаторних и других тела са креаторима туристичке развојне стратегије. WTTC данас у сарадњи са партнером Oxford Economics израђује економске студије (засноване на TSA методологији коју су одобриле УН) и прогнозе за преко 180 земаља света.⁷²
3. Промовисањем значаја путовања и туризма, за *креирање нових радних места*.
4. Охрабривањем слободе кретања, *отварања тржишта и укидања баријера* које ограничавају раст. Савет промовише политику либерализације и подржава GATS у том правцу, залаже се за либерализацију услуга у области авио-саобраћаја, приватизацију (у туризму) ради успостављања конкуренције, снижавање трошкова путовања и повећавање броја путника.

⁶⁸ WTTC, *Members*, <http://www.wttc.org/our-members/>, Приступ: 15.08.2013.

⁶⁹ Goeldner C, Richie B, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Willey & Sons, Eleventh Edition, New Jersey, 2009, p. 94-96.

⁷⁰ WTTC, *Mission*, <http://www.wttc.org/our-mission/>, Приступ: 15.08.2013.

⁷¹ Детаљније о WTTC и доприносу путовања и туризма развоју националне и светске привреде, видети: Cooper C, Hall M, *Contemporary Tourism: An International Approach* – “The size and scope of the contemporary tourism industry”, Butterworth-Heinemann, Oxford, UK, 2008, p. 252-254.

⁷² WTTC, *A History of the World Travel & Tourism Council*, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/WTTC_History_1.pdf, Приступ: 14.08.2013.

5. *Проширењем инфраструктурне и потрошачке мреже*, и у том сегменту промовисањем заједничког рада привредних и ванпривредних делатности.
6. Радом на томе да се *извори капитала и технолошка открића учине доступним*, с обзиром да су капитал и технологија основа будуће изградње смештајне понуде.
7. *Промовисањем одговорности* у природном, друштвеном и културном окружењу, у сарадњи са UNWTO, као и подстицање глобалне сарадње и промовисање одрживог развоја у складу са својим документима: “Агенда 21”, “Green Globe” и сл.

WTTC је поставила и три стратешка приоритета, а то су:⁷³

1) слобода путовања (право људи да безбедно, сигурно и ефикасно прелазе међународне границе, путем стимулативне политике виза, поштујући право сваке појединачне земље да штити своје границе),

2) политика раста (кроз кампање Савета којим се тражи од влада да подрже политику раста сектора путовања и туризма, стварањем конкурентног пословног окружења – за стварање радних места, повећање извоза и подстицање инвестиција);

3) туризам за будућност⁷⁴.

Дефинисани су проблеми који највише коче рад и развој сектора, и на њиховом решавању ради се у сарадњи са члановима.

WTTC је заједно са UNWTO покренуо иницијативу „Глобални лидери за туризам“ са циљем да изнедри подршку за путовања и туризам, на највишем нивоу управљања државом (што је прихватило 37 земаља, које су дале подршку овом сектору). Србији је такође упућено Отворено писмо да се прикључи овој иницијативи, у групи од 26 земаља којима је упућено.⁷⁵

4. МЕЂУНАРОДНО УДРУЖЕЊЕ ТУРИСТИЧКИХ АГЕНЦИЈА И ОРГАНИЗАТОРА ПУТОВАЊА (UFTAA)

Међународно удружење туристичких агенција и организатора путовања (франц. *Federation Universalle des Associations des Agents de Voyages*, енгл. *The United Federation of Travel Agents' Associations*) – FUAAV / UFTAA (обе скраћенице се подједнако користе), окупља национална удружења туристичких агенција и организатора путовања. UFTAA је оригинално настала спајањем две велике светске организације (FIAV и UOTAA), како би се ујединиле туристичке агенције и организатори путовања у једно међународно удружење.⁷⁶ Седиште Генералног секретаријата UFTAA је у Монаку од 1989. године, где је пресељено из Брисела.

⁷³ WTTC, *Progress & Priorities our annual Report 2011-2012*, p. 15-21.

<http://www.wttc.org/our-mission/annual-report/> Приступ на дан: 15.08.2013.

⁷⁴ WTTC, *Tourism for Tomorrow: The WTTC Perspective*, World Travel & Tourism Council 2013, p. 3-11.

⁷⁵ WTTC, *Progress & Priorities our annual Report 2011-2012*, p. 25.

⁷⁶ Medlik S, *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003, p.198.

UFTAA је претходно била Опште удружење туристичких агенција и организатора путовања (*Universal Federation of Travel Agent's Associations*) основано 22. новембра 1966. године у Риму, Италији. Од промене Статута, 1. јануара 2003. године, UFTAA функционише као непрофитна конфедерација светских размера.

Делује путем изабраних регионалних директора, који потичу из 11 регија. UFTAA од 2010. године обухвата 80 националних удружења туристичких агенција са пет континената и највише је и највеће тело у свету које представља организације и организаторе путовања. Чланство у UFTAA могуће је у форми: 1) чланице – национална и регионална удружења туристичких агенција и организатора путовања; 2) придруженог члана - путничке и/или туристичке агенције; 3) партнера – хотели, туристичке канцеларије, предузећа, агенције које су укључене у путничку и туристичку привреду.⁷⁷

Један од важнијих задатака UFTAA је да буде међународни форум светске туристичке привреде, да решава њена кључна питања и да доприноси развоју туристичке привреде на глобалном нивоу, тако што узима у обзир ставове и мишљења туристичких удружења из целог света. У том правцу организује састанке и конференције, те олакшава размену информација о туристичкој привреди.

Сврха постојања UFTAA је заступање агенција у контактима и преговорима са свим светским удружењима превозника (нпр. преговори с IATA о провизијама и условима пословања лиценцираних агенција), заједничко финансирање комесара туристичких агенција за решавање спорова око обрачуна карата, затим активна сарадња са владиним и невладиним телима на припреми, доношењу и примени конвенција и споразума (међународних узанси у пословању агенција и хотела) које регулишу рад туристичких агенција и организатора путовања са свим телима укљученим у туристички промет.

UFTAA такође подстиче израде правних, економских и социјалних истраживања у вези са професијом туристичких агенција.

Ангажован је и око заштите окружења, јачања имица својих чланова и светске путничке и туристичке привреде.

У области професионалне обуке, сарађује са руководиоцима и запосленим у туристичким агенцијама и организаторима путовања, у форми курсева, студијских путовања и успостављањем јединствених стандарда.

У циљу остваривања својих основних задатака, UFTAA настоји:⁷⁸

- да уједини и консолидује национална удружења туристичких агенција и организатора путовања и јача глобалне интересе својих чланова;
- да представља активности туристичких агенција и организатора путовања код разних светских тела, владиних органа и добављача;
- да ради на усвајању мера које ће олакшати путовања, и на понуди специфичних услуга које су потребне чланицама - удружњима;
- да буде истраживачки и информативни центар који подржава рад чланица и да пружи информације о технолошком развоју;

⁷⁷ UFTAA: http://www.uftaa.org/index.php?option=com_content&view=article&id=413&Itemid=541, Приступ: 09.08.2013.

⁷⁸ UFTAA, http://www.uftaa.org/index.php?option=com_content&view=article&id=411&Itemid=563, Приступ: 02.01.2013.

- да понуди, као добровољни механизам, арбитражне услуге које помажу решавању сукоба који произлазе из комерцијалних односа за које се не може постићи споразумно решење;
- да организује светски конгрес туристичких агенција и организатора путовања и друге скупове неопходне за размену знања.

Основна функција UFTAA је представљање туристичких агенција и организатора путовања пред другим глобалним организацијама, националним владама и добављачима. Чинећи то, очекује да ће обезбедити одговарајуће ресурсе са којима би се изборила за интересе својих чланова и ове привреде у целини. UFTAA има консултативни статус у УН/ECOSOC, а блиско сарађује са другим светским телима за одржив и одговоран туризам, попут UNESCO, WHO итд. Придружени је члан UNWTO (од 1996. године) и Пословног савета UNWTO (WTOBC). Заступа туристичке агенције и организаторе путовања код IATA, IN&RA, IUR, IRU, ICC и других сличних удружења.

UFTAA је такође преузела дужност да ради на побољшању туристичке привреде и промета за потребе потрошача. Радећи са светским туристичким агенцијама, UFTAA форсира спровођење протокола и мера које ће олакшати путовања корисницима туристичких услуга. Настоји да подстакне путовања, међу људима свих нација, и да подржи слободу путовања широм света. У том правцу, ефикасно лобира и противи се законским решењима која штетно утичу на путовања и слободу кретања. Залаже се за смањење или укидање бирократских процедура, које чине препреку путовањима. Такође је и глас радника туристичке привреде.

UFTAA прати и сакупља различите информације и статистике. Као информациони центар, UFTAA сарађује са другим предузећима и организацијама, како би се помогао даљи технолошки развој, а што се креће од технолошког развоја који се односи на одрживи развој туризма, па до повећања сигурности за међународне путнике.

UFTAA помаже решавању конфликта у туризму, где год да они настану, што је нпр. „имало посебно велики значај у усклађивању пословних односа са хотелијерима и ваздухопловним превозницима из различитих земаља јер је дошло до доношења међународних конвенција са ИНА (*International Hotel Association*) и IATA (*International Air Transport Association*)“⁷⁹. Са услугом арбитраже, организација може да дође до решења и тамо где сви други путеви решавања сукоба не дају резултате. Уз помоћ информативног центра, везаног за светску туристичку статистику, UFTAA може да реши конфликте, тако да они имају минималне негативне ефекте на туристичку привреду, или да чак и да се избегну.

UFTAA сарађује са великим бројем осигуравајућих компанија, како би заштитила своје чланове у туристичким агенцијама и организаторима путовања од било каквих инцидената од стране трећих лица, а који могу настати у вези имовине, или услед повреде током пута, или током смештаја, тј. док обављају своје професионалне активности.

Током 1990-тих година, UFTAA је заједно са IATA и националним удружењима, покренула стручни програм (*Travel Agents Card Programme*) који је доступан особљу туристичких агенција и организатора путовања. Картица која се

⁷⁹ Спасић В, *Менаџмент туристичких агенција и организатора путовања*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010, стр. 253.

тим поводом издаје је прихваћена широм света, као идентификациона картица са попустима за путовања, смештај и путничке услуге за туристичке агенте (организаторе путовања). UFTAA је посвећена образовању и обуци, те одржава образовну академију. Заједно са IATA организује програм обуке, који обухвата четири нивоа образовног програма. Програми обуке су доступни, кроз низ средстава, укључујући и обуку на даљину. Широм света има 220 овлашћених центара за обуку, а програми се креирају и према локалним потребама студената.

Национална асоцијација туристичких агенција Србије (YUTA) је члан UFTAA, те су тако српске туристичке агенције (које су чланице YUTA) чланице UFTAA.

5. МЕЂУНАРОДНА ТУРИСТИЧКА АЛИЈАНСА (AIT)

Међународна туристичка алијанса – АИТ (франц. *Alliance Internationale de tourisme*, енгл. *International Touring Alliance*) је прва међународна струковна туристичка организација, а такође и најстарија непрофитна и невладина организација, која заступа интересе европских и америчких националних удружења моторних возила и клубова који организују путовања широм света. Историја развоја АИТ може се поделити у три фазе, али кроз цео век њеног постојања основна идеја се заснивала на пружању услуга у туризму. Пре настанка данашње светске федерације путничких клубова и аутомобилских удружња, била је прва међународна организација туриста.

Основана је 1898. године у Луксембургу и окупљала је седамнаест клубова из Европе и Америке, ради пружања услуга туристима на бициклима и планинарима, који су се одважили да пређу своје националне границе и истражују у иностранству. Организација се тада звала Лига међународних туристичких удружења (*Ligue Internationale des Association Touristes - LIAT*).

Развој међународних путничких кретања је потом прекинуо рат од 1914. до 1918. године. То је био крај LIAT, али је после рата реконструисан под новим именом АИТ. Алијанса је била мотивисана духом међународне сарадње и жељом за очувањем мира. Са напретком у аутомобилској индустрији, те прерастањем аутомобила (од луксуза) у популарно превозно средство, АИТ се оријентише више ка овој категорији путника. Следећа прекретница је био Други светски рат, али он није трајно нарушио тренд признавања права на слободно време. Туризам је постао потенцијална подршка економији и социјалној политици индустријализованих земаља, а доказао се и као важан подстицај развоју нових земаља, у Азији и Африци.

Експанзија моторизоване популације у последњих неколико декада, одредила је да тежиште АИТ буде на путовањима аутом, укључујући камповања и караван путовања. Алијанса истовремено одржава и блиске контакте са бициклистима, као и наутичким и пешачким туристима, који су остали унутар мреже АИТ.

Посвећеност туризму и одбрани права индивидуалних туриста, довело је до ангажовања АИТ на заштити животне средине и осигурању безбедности путева.

Већину активних чланова АИТ чине клубови који организују путовања, а петину чине клубови који су оријентисани ка активностима на отвореном простору, на зраку, као што су бициклички, камперски, караван, планинарски и наутички клубови.

Основне активности АИТ су усмерене на помоћ члановима асоцијације, нпр. у пружању техничке помоћи возачима, помоћи при пословима царињења моторних возила, као и помоћи код издавања докумената који олакшавају туристичка путовања и уопште мобилност. Надлежности АИТ укључују и безбедност јавног саобраћаја, заштиту окружења, камповање, унапређење бициклизма и једриличарство.⁸⁰

АИТ је структурисан према регионалном систему и гарантује административну аутономију регионима, који су конституисани у оквиру Статута АИТ, а ради се о следећа четири региона: I - Европа, Блиски Исток и Африка; II - Азија и Пацифик; III - Северна Америка; IV - Латинска Америка.⁸¹

Постоје две категорије чланства у АИТ: чланице (организације са пуним правом гласа) и присталице (организације са статусом посматрача, без права гласа).

АИТ блиско сарађује са многим међународним организацијама, а међу њима са: УН, Канцеларијом УН у Женеви, UNEP, WTO, WHO, УН ЕСЕ одељењем за транспорт, IRU, ЕУ, Саветом Европе, ERTICO, FIA, FICC, FIM, FITAC, ISO, PRI и WCO.

АИТ учествује у раду многих међународних организација. Активан је у експертским групама и током ревизорских заседања на различитим нивоима у УН и другим организацијама. АИТ има консултативни статус у ECOSOC и Савету Европе, а учествује и у раду UNEP. Придружен је члан UNWTO. Залаже се за интересе чланица удружења код међународних владиних и невладиних организација, које се баве туризмом, моторним возилима и мобилношћу. Сарађује са специјализованим телима УН и ЕУ у области безбедности саобраћаја на путевима, техничком развоју и хармонизацији, царинским питањима, заштити животне средине и заштити потрошача.

Услуге АИТ су бројне и укључују заједничке програме помоћи, чланова удружења, а у корист индивидуалних чланова удружења који путују у иностранство. Конкретно, АИТ књижица за помоћ, је документ који омогућава помоћ његовом имаоцу (члану удружења АИТ), у случају проблема везаних за возило или личних проблема након судара или несрећа на путу у иностранству. Данас постоји око 10 милиона оваквих књижица.⁸²

Међународна кампинг картица (*Camping Card International* - CCI) је документ који се користи свуда у свету – осим у САД и Канади. CCI није само доказ идентификације у камп-насељу, него представља и осигурање од одговорности против трећих лица, а многа камп насеља нуде и посебне погодности и попусте. Сваке године је користи приближно 750.000 кампера, а издају је три

⁸⁰ АИТ, *Tourism Policy*:

http://www.aitgva.ch/AIT_Site/Public/Policy/downloads/Tourism%20Policy-E-99.pdf,

Приступ: 15.08.2013.

⁸¹ Automobile Association of Upper India: <http://www.aaii.org/international.htm> Приступ: 14.08.2013.

⁸² Alliance Internationale de tourisme- International Touring Alliance (Brochure), *The Worldwide Organization of Touring Clubs and Automobile Associations*, Geneva, 2002.

међународне федерације АИТ, FIA и FICC (Међународна федерација за кампинг, караванинг и аутокараванинг).

Туристички карнет (*Carnet de Touriste - CdT*) је гарантни документ који поједностављује и либерализује путовања за становнике источне и централне Европе који посећују земље Шенгена, тј. важи за све земље шенгенског споразума плус Швајцарску, као и земље транзита, у периоду трајања визе. Циљ је да се смање препреке на путовањима и да се подржи политички тренд побољшања комуникација међу народима. Овај документ је, од 1995. године, користило 325.000 туриста. Документ је намењен за лечење, транспорт и сличне трошкове на путу, чиме се гарантује износ у висини од 30.000 евра, а код репатријације-депортације од 3000 евра.

Карнет за прелазак границе (*Carnet de Passages en Douane - CPD*) још увек је потребан у многим земљама света. CPD је међународни царински документ који омогућава привремени увоз возила у поједине земље Европе (Белгији, Данској, Финској, Грчкој, Италији, Турској), Азије и Средњег Истока, Африке, Јужне Америке, те у Канаду, Аустралију и Нови Зеланд, без плаћања царинских такси и дацбина. Овај документ представља гаранцију да ће возило бити поново извезено из земље у коју путује, у предвиђеном року, а ако и не може да се из неког разлога поново извезе (због нрп. крађе, тоталне штете итд.) све царинске таксе и дажбине биће уредно плаћене. Карнете издају АИТ и FIA. Са креирањем овог документа кренуло се 1911. године, први пут је употребљен 1913. године, да би 1954. (ауто)⁸³ и 1956. године (комерцијална возила)⁸⁴ био уграђен у Конвенције УН.

Кроз овакве видове заједничке помоћи и међународне сарадње, АИТ је поставио сет мултилатералних споразума, између њених чланица - удружења, која садрже спецификацију њихових заједничких права и обавезе. Ауто-мото савез Србије (AMSS) је члан АИТ од 1926. године.

6. МЕЂУНАРОДНО УДРУЖЕЊЕ ХОТЕЛА И РЕСТОРАНА (IH&RA)

Међународно удружење хотелијера (фр. *Association Internationale de l'Hoteliere* – АИИ) обухватало је националне организације из области хотелијерства, а наследио га је Међународни савез хотелијера (фр. *l'Alliance Internationale de l'Hotellerie*) кога су 1921. године основали различити европски, афрички и латиноамерички хотели, да би на конференцији у Лондону 1946. године, био поново проглашен Међународним удружењем хотелијера (фр. *Association Internationale de l'Hotellerie* - АИИ). Од марта 1946. године стална канцеларија је у Паризу. Циљеви удружења су: проучавање и решавање проблема са којима се суочава међународна хотелска привреда, објављивање водича међународних хотела, креирање међународног часописа - *Hotels* и стварање услужног сервиса за потребе ове професије.

⁸³ *Custom Convention on the Temporary Importation of Private Road Vehicles*, Geneva, 4 June 1954.

⁸⁴ *Custom Convention on the Temporary Importation of Commercial Road Vehicles*, Geneva, 18 May 1956.

ECOSOC је, 1. новембра 1953. године, удружењу доделио статус консултативног представника хотелијера. Марта 1995. године, УН су признале ИН&РА.

До следеће статустне промене долази 1997. године, на захтев чланова и представника Удружења, да се ресторатерство интегрише са хотелијерством, те је настала данашња ИН&РА (енгл. *International Hotel & Restaurant Association* - ИН&РА) - Међународно удружење хотела и ресторана.⁸⁵ До тада, организација је већ имала веома значајну информативну активност и низ активности око регулисања односа хотелијера и путничких агенција. Тако је на годишњем Конгресу Међународног удружења хотелијера у Амстердаму, новембра 1997. године, одлучено да се поред интереса хотела узму у заштиту и интереси ресторана.

Од 1. јануара 2008. године, седиште је у Лозани - Швајцарској. Влада Швајцарске је у фебруару 2008. године регистровала ИН&РА, са новим усвојеним статусом.

ИН&РА је данас глобална пословна организација која представља хотелијере и ресторатере у свету. Њени чланови су националне асоцијације хотела и ресторана (као што је из Србије ХОРЕС) из око 100 земаља света, као и међународни и национални ланци хотела и ресторана око 50 познатих брендова. „Циљ је да национална Удружења кроз одговарајуће активности ИН&РА добију подршку, како би што успешније сервисирала своје чланство у конкретној земљи.“⁸⁶

Процењује се да ИН&РА обухвата око 300.000 хотела и 8 милиона ресторана, да запошљава 60 милиона људи, а који остваре приход од око 950 милијарди долара годишње у светској привреди.⁸⁷ ИН&РА укључује добављаче туристичке привреде, образовне институте, консултанте и допунске хотелске, путничке и туристичке асоцијације. ИН&РА надгледа и лобира у свим међународним агенцијама, које представљају ову привреду.

ИН&РА функционише на непрофитним основама, путем низа *Савета*, фокусирајући се на питања од виталног значаја за чланство и уопште привреду. Савети имају задатак да идентификују питања од значаја, одређују приоритете и предлажу будуће активности. Савети дају препоруке Управном одбору, главном извршном органу ИН&РА.

Регионалне канцеларије ИН&РА налазе се у Латинској Америци (Мексико), Азијско-Пацифичком регион (Хонгконгу), Северној Америци, Европи, Блиском Истоку и на Карибима.

⁸⁵ „Трансформацијом Међународног удружења хотелијера (АИИ) у Међународно удружење хотелијера и ресторатера (ИН&РА), акценат се хтео ставити на ресторане, и то не само на ресторане хотела чланица удружења“, према објашњењу Michael Pesero, председника ИН&РА. С једне стране иницијатива је ишла ка томе да се ојача улога ресторана, а са друге стране да се удружењу прикључе и други ресторани, а не само они који су били у хотелима чланицама организације. Ово је нпр. био случај са Националном организацијом Северне Америке, којој се придружило 170.000 ресторана и тиме знатно повећао број институција које представља удружење.

Извор: *Le journal des Restaurants Hotels Cafes: L'Hotellerie*, No. 2528 Hebdo 25 septembre 1997.

⁸⁶ Чачић К, *Пословање хотелских предузећа*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010, стр. 162.

⁸⁷ IHRA: <http://ih-ra.com/about-us/global-councils>, приступ 30.12.2013.

Финансирање се врши из чланарина, консултантских споразума са различитим међународним и националним организацијама и од стране влада појединих земаља, за рад на питањима из области угоститељства и промоције.

IH&RA има консултативни статус код:⁸⁸

- ECOSOC (специјални);
 - UNCTAD (општа категорија);
 - Организације за светску интелектуалну својину (стални статус посматрача);
 - Организације Америчких држава (стални статус посматрача);
 - Глобални УН (United Nations Global);
 - UNWTO (придружени члан);
 - Канцеларија УН у Бечу (пуна акредитација);
 - Одељење за информације од јавног значаја УН.
- IGOSTATUS* (сертификација за добро управљање):
- ILO (статус сталног посматрача);
 - Међудржавни комитет Међународне конвенције из Рима за заштиту извођача, произвођача фонограма и радиодифузних организација (пуноправни члан);

Са следећим организацијама IH&RA директно сарађује: UNEP, Светска банка, ММФ, UNDP, STO, Међународни институт за унификацију приватног права, Фондације УН, Међународна организација за миграцију, Међународна послодавачка организација, ISO и АСТ, UNESCO, IATA, UFTAA, ASTA, Фондација за заштиту светске баштине, итд.

⁸⁸ IHRA: <http://www.ih-ra.com/programmes/>, приступ 02.01.2013.

II ЕВРОПСКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И ИНСТИТУЦИЈЕ ЗНАЧАЈНЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

1. ЕВРОПСКА УНИЈА (ЕУ)

Европска унија – ЕУ (енгл. *European Union*) је организација у чијем чланству се налази 28 земаља. Многе од земаља чланица ЕУ су најзначајније (по обиму туристичких кретања и оствареним приходима од туризма) и најтраженије туристичке дестинације у Европи и свету (нпр. Француска, Италија, Шпанија и друге).

Правна основа за предузимање мера и активности у туризму, постављена је тзв. Лисабонским уговором (2007. године). Уговором о функционисању Европске уније из Лисабона, проширена је надлежност ЕУ на „подршку, координацију или допуну активности држава чланица“ у области туризма (Члан 2 Е). У Глави XXI – Туризам Уговора додат је посебан члан 176 Б који гласи:

„1. Унија допуњује активности држава чланица у сектору туризма, посебно подстицањем конкурентности предузећа Уније у том сектору.

У тој намери активности Уније имају за циљ:

(а) подстицање стварања окружења које погодује развоју предузетништва у том сектору

(б) промовисање сарадње између држава чланица, посебно размене добре праксе.

Европски парламент и Савет, одлучујући у складу с редовним законодавним поступком, утврђује посебне мере за допуњавање деловања унутар држава чланица ради постизања циљева из овог члана, при чему је искључено било какво усклађивање закона и других прописа држава чланица.“⁸⁹

Ипак, ЕУ је и пре Лисабонског уговора, реализовала бројне мере и акционе планове са циљем помоћи развоју туризма. Активности су започете још 1982. године, када је Савет ЕУ усвојио *Почетне смернице за развој туристичке политике Заједнице*. Заједничке мере земаља чланица ЕУ у туризму су биле предмет годишњих дебата Европског парламента, на основу претходних извештаја Комисије ЕУ, где се настојала постићи усаглашеност, кохерентност и ефикасност свих заједничких активности и политика учесника у туризму. Туризам је, много пре Лисабонског уговора препознат као сектор са највећим потенцијалом за обимније запошљавање, с обзиром да додатни подстицаји имају за последицу вишеструке користи не само у домену запошљавања, него и у домену побољшања туристичког имица Европе у другим регионима света (кроз промовисање европског туризма заснованог на квалитету и очувању културног наслеђа). У том правцу је Генерални директорат за туризам ЕУ препоручио:⁹⁰

⁸⁹ Official Journal of the EU, C 306, Volume 50, 17 December 2007: *Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community, signed at Lisbon, 13 December 2007* (Уговор из Лисабона о изменама и допунама Уговора о Европској унији и Уговора о оснивању Европске заједнице).

⁹⁰ Official Journal C 328, 26.10.1998. - *Resolution on the report from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on Community measures affecting tourism (1995-1996) (COM(97)0332 C4-0576/97)*, p. 106-110.

- успостављање ефикасне, усаглашене и систематичне координације активности са осталим секторима који имају утицај на туристичку политику, поклањајући посебну пажњу активностима које се дешавају у домену транспорта, регионалне политике, окружења, фискалне политике и потрошачке политике;
- функционисање блиских веза између политике помоћи туризму и помоћи малим и средњим предузећима, као јединственим развојним потенцијалом;
- потенцирање сарадње са владиним одељењима задуженим за туризам, као и праћење примене комплементарних мера;
- трајан развој споразума са националним туристичким телима и различитим сегментима туристичке привреде; допуњавање споразума са резултатима студија/извештаја; редовну размену информација о проблемима и потребама сектора;
- ex-ante и ex-post евалуацију свих активности у туризму и обезбеђење средњорочне контроле пројеката, уколико је неопходно;
- информисање туриста о свим аспектима њихових права и одговорности.

Улога различитих институција ЕУ, у формирању туристичких политика, била је нарочито усмерена ка јачању европског партнерства у туризму, и то:⁹¹

- Европски Парламент је усвојио низ резолуција о туризму и његовом утицају на запошљавање и привреду, као на пример: «Резолуцију о туризму и развоју», «Резолуцију о перспективама и новим изазовима за одрживи развој европског туризма», и сл.

- Савет ЕУ је донео бројне закључке и акционе планове у туризму, базирајући се на основном стратешком циљу, а то је одрживост, конкурентност и креирање послова у туризму.

- Европска комисија је, нарочито од 1997. године, објавила различите комуникације, извештаје и студије, успоставила Европски туристички форум (који окупља представнике туристичке привреде, цивилног друштва, европских институција, националних и регионалних власти, и међународних организација), покренула акцију за промовисање „изврности“ европских туристичких дестинација (*European Destinations of Excellence - EDEN*), организовала конференције о важним темама, као што су: социјални туризам и Агенда 21 за европски туризам, али све то је инспирисало и креирање туристичког законодавства на свим нивоима.

- Регионални комитет је презентовао своја мишљења о важним документима у туризму, као нпр. о заједничким активностима за будућност европског туризма и о основним правцима за развој одрживог европског туризма.⁹²

- Европски економски и социјални комитет је разматрао различита питања везана за туризам, те усвојио бројна мишљења о туризму; имао је активну улогу у

⁹¹ Official Journal of the EU C 325, 30.12.2006. - Opinion of the European Economic and Social Committee on the Communication from the Commission - *A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism*, COM (2006) 134 final, Brussels.

⁹² Реч је о следећим комуникацијама које је објавила Комисија ЕУ: COM(2001) 665 final: *“Working together for the future of European tourism”*; COM(2003) 716 final: *„Basic orientation for the sustainability of European tourism“*; COM (2007) 621 final: *Agenda for a sustainable and competitive European tourism*; COM (2010) 352 final: *“Europa, the world’s No 1 tourist destination – new political framework for tourism in Europe”*.

различитим европским туристичким форумима; учествовао у промоцији догађаја о специфичним aspektима туризма, као што је нпр. прослава Светског дана туризма 2005. године у Бриселу, 2006. у Лиону, итд. Значајна је била и сарадња са другим телима о сопственим иницијативама у туризму.

Политика ЕУ у области туризма се спроводи у сарадњи са међународним организацијама, као што су: OECD, UNWTO, АИТ, FUAАV, Европска туристичка комисија (ЕТС), Међународна организација за социјални туризам (ИСТО), Европска акциона група за путовања и туризам (ЕТАG), Међународно удружење ваздушног саобраћаја (IATA), али и другим организацијама, јавним управама, дестинацијама, заинтересованим странама, академским светом, итд.

Европа је најпосећенији туристички регион света захваљујући разноврсности туристичких садржаја и атрактивности. Иако је просечна стопа раста туризма Европе нижа од просечне стопе раста туризма у свету, и што се у свету стално јављају нове туристичке дестинације, обим европског туризма непрестано расте. Највеће издатке за међународна путовања (на листи од 10 земаља) има Немачка (друга на листи), Велика Британија (четврта), Француска (шеста) и Италија (десета). Шпанија, Француска, Италија, Немачка и Велика Британија су најпопуларније туристичке дестинације света, што им омогућава да остваре највеће приходе од међународног туризма. Ових пет земаља заједно остварују једну петину светских туристичких прихода.⁹³

Европска туристичка привреда генерише преко 5% ВDP ЕУ, у око 1,8 милиона предузећа, која запошљавају око 5,2% од укупне радне снаге (приближно 9,7 милиона послова). Када се узму у обзир и везани сектори, процењује се да је учешће туризма у креирању ВDP далеко веће: туризам ЕУ индиректно генерише више од 10% ВDP и збрињава око 12% радне снаге.⁹⁴

Највећи обим домаћих туристичких кретања одвија се управо унутар граница Уније. Главни разлог повећане мобилности људи унутар ЕУ је што не постоје тврде границе између земаља чланица, па туристи без размишљања о пасошима, пасошким формалностима (посебно формалностима око добијања виза), контроли на граници и слично, могу слободно да се крећу из једне у другу земљу.⁹⁵ Слобода кретања између појединих земаља ЕУ регулисана је Споразумом из Шенгена.

Одобравању финансијских средства из буџета ЕУ за туризам претходи строга процедура, која подразумева више фаза. Наиме, Генерални директорат за предузећа и индустрију Комисије ЕУ саставља акциони програм помоћи туризму, а потом се средства алоцирају на пројекте у складу са њиховом практичном тежином. Даљи поступак се заснива на праћењу реализације програма и креирању услова за боље и садржајније односе са привредом.

Реформом Структурног фонда ЕУ (која је извршена доношењем документа Агенда 2000)⁹⁶ омогућена је финансијска подршка туристичкој привреди, а у исто

⁹³ World Tourism Organization, *UNWTO Tourism Highlights*, 2013 Edition, UNWTO, Madrid, Spain, 2013, p. 6, 13

⁹⁴ European Commission, Commission communication 2010: *Europa, the world's No 1 tourist destination – new political framework for tourism in Europe* – COM (2010) 352 final, Brussels, 30.6.2010, p. 3

⁹⁵ Лопандић Д, Јањевић М, „Споразум из Шенгена - за Европу без граница“, Међународна политика, Београд, 1996.

⁹⁶ COM (97) 2000 final, "Agenda 2000 : For a stronger and wider Union", 13 July 1997.

време и изградња инфраструктуре, брига о заштити окружења и професионалној обуци, а у складу са планом промоције туризма Европе заснованог на квалитету и одрживом развоју. Реформа структурних фондова урађена је у циљу побољшања управљања финансијским средствима ЕУ, ради боље географске дистрибуције и усмеравања средстава ка прецизно дефинисаним приоритетним циљевима (нпр. рурални развој, прекогранична сарадња, и др). Предвиђено је више децентрализовано управљање структурним фондовима од стране држава чланица (и поједностављивање), под надзором Комисије ЕУ, веће учешће цивилног друштва, регионалних и локалних власти, те социјалних партнера у спровођењу структурних фондова, и добра припрема за интеграцију нових држава чланица.

Комисија ЕУ подржава активности (тј. различите иницијативе) које имају за циљ промовисање европских туристичких дестинација, код оних земљама које виде предности у томе што туристи унутар граница ЕУ могу обићи више земаља и нарочито жели ојачати сарадњу са земљама које бележе убрзан раст и развој, као што су: Кина, Русија, Индија и Бразил.⁹⁷ Специфичне националне и регионалне промотивне кампање темеље се на принципима заштите и промоције културних и туристичких разлика унутар Европе.

ЕУ настоји да развије добру праксу у области туризма са земљама које се налазе у процесу приступања Унији, својом подршком изградњи туристичке инфраструктуре.

Успостављањем економске и монетарне уније (ЕМУ) 1. јануара 1999. године, евро је имао позитиван утицај на функционисање туристичке привреде, а туристичка предузећа подстицала су бржи прелазак на евро.

Као последица валутне уније, процењује се да је дошло до значајног увећања промета (које се креће у распону од 30% до 90%)⁹⁸ широм света; док су оцене ефекта увођења заједничке валуте на туризам знатно умереније и износе 6,5%⁹⁹ у периоду увођења ЕМУ (од 1999. до 2002. године), те 12%¹⁰⁰ у периоду од 2002. до 2008. године (када се рађене анализе).

Дакле, позитиван резултат увођења евра је што додатно стимулише трговину, као и страна улагања унутар Европе, што истовремено подстиче пословна и остала путовања.

Следећи битан ефекат увођења кованог и папирног новца у еврима (2002. године) на укупну туристичку привреду је елиминисање ризика везаних за размену валута, смањивање трошкова страних трансакција, уједначавање цена унутар “евро-зоне”, смањење трошкова путовања и др. Туристи нису оптерећени

⁹⁷ European Commission, Commission communication 2010: *Europa, the world's No 1 tourist destination – new political framework for tourism in Europe* – COM (2010) 352 final, Brussels, 30.6.2010, p. 11

⁹⁸ Rose A.K, Stanley T.D, *A meta-analysis of the effect of common currencies on international trade*, Journal of economics 19 (3), 2005, p. 347-365.

⁹⁹ Gil-Pareja S., Llorca-Vivero R., Martinez-Serrano J.A., „*The Effect of EMU on Tourism*“, Review of International Economics 15 (2), 2007, p. 302-312.

¹⁰⁰ Santana-Gallego M., Ledesma-Rodriguez F.J., Perez-Rodriguez J.V., „*Exchange rate regimes and tourism*“, Tourism Economics 16 (1), 2010, p. 25-43.

мењачким провизијама, и продајним и куповним разликама између валута.¹⁰¹ Највећи део штедње, захваљујући овим променама, реинвестиран је у дужа и скупља путовања, која додатно генеришу туристичку привреду, а повећан је број и краткотрајних путовања.

Према мишљењу нобеловца Пола Самјуелсона и Вилијама Нордхауса „Европска монетарна унија резултат је једног од великих економских експеримената у историји... Док оптимисти указују на микроекономске користи већег тржишта и нижих трошкова трансакција, песимисти су забринути да би монетарној унији могла претити стагнација и незапосленост због недостатка флексибилности цена и плата као и недовољне мобилности радника између земаља.“¹⁰²

Јединствен евро-простор (и по валути) чини Европу атрактивнијом за стране посетиоце ван граница ЕУ, а нарочито за туристе који посећују неколико земаља током истог путовања.

Приоритети ЕУ, дефинисани у Лисабонском уговору¹⁰³ и стратегији „Европа 2020“¹⁰⁴ у туристичкој привреди се огледају у стимулисању инвестиција, образовању кадрова, развоју информационе технологије (нарочито у комуникацијама са издвојеним периферним или острвским регионима) и побољшању услова за пружање услуга. Непосредна сарадња са националним органима у туризму, помаже бољем одређивању праваца образовања и обуке кадрова, максималном коришћењу потенцијала туристичког сектора за запошљавање, стварању услова за рад и ефикасно функционисање малих и средњих предузећа, која ће моћи да задрже запослене и ван сезоне ради обуке. ЕУ се нарочито залаже за идеју о изградњи свести о неопходности краткорочног и дугорочног одрживог развоја, формирању тзв. “friendly” окружења, као и о бољој професионалној обучености и истицању сопственог културног наслеђа у туристичке сврхе.

1.1. Мере и активности Европске уније у области туризма

Развој туризма ЕУ био је праћен низом паралелних позитивних промена, као што су раст животног стандарда становништва и слободног времена, повећање

¹⁰¹ Опширније о значају увођења јединствене европске валуте и њеном утицају на туристичку привреду видети: Francisco J. Ledesma Rodriguez, Jorge V. Perez-Rodriguez, Maria Santana Gallego, *On the impact of the euro on international tourism*, No 50, DEA Working Papers, Universitat de les Illes Balears, Department d'Economia Aplicada, 2012.

¹⁰² Samuelson P, Nordhus V, *Економија*, Београд, МАТЕ, 2009, стр. 638-639.

¹⁰³ Према Лисабонском уговору приоритети економске и буџетске политике морају бити усмерени у правцу „економских реформи, иновација, конкурентности и јачању приватних инвестиција и потрошње у фазама слабог економског раста.“ – Извор: Official Journal of the EU C 306, Volume 50, 17 December 2007: Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community, signed at Lisbon, 13 December 2007, p. 259.

¹⁰⁴ У стратегији „Европа 2020“ детаљно су разрађена три основна приоритета: „1) Паметан раст – заснован на знању и иновацијама; 2) Одржив раст – који промовише ефикасније коришћење ресурса; и 3) Инклузиван раст – који одликује висока стопа запослености“. – Извор: European Commission, Communication from the Commission, *Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth*, COM (2010) 2020, Brussels, 3.3.2010, p. 3, 8-18.

тражње за разноврсним одморима и активностима у току одмора, развој саобраћаја и сл. Елементарни подстицај туристичком развоју и укупном повећању туристичких кретања дала су основна начела, на којима се темељи ЕУ: слобода кретања људи и капитала, промета робе и слобода пружања услуга.

У циљу формирања заједничког туристичког тржишта ЕУ, на локалном, регионалном и националном нивоу, постепено се развија законодавство, процедуре, методе и све што може да подстакне веће ангажовање капитала, односно приватна и државна инвестирања у туризам.

Постоји висок степен усаглашености ставова земаља чланица ЕУ око потребе за стимулисањем развоја туризма и предузимањем конкретних мера и активности. У том смислу, најважнији инструмент развоја туризма на нивоу ЕУ је финансијски, с обзиром на његову пресудну улогу у реализовању циљних пројеката, односно у унапређивању квалитета и конкурентности туризма ЕУ, који јој омогућава већи тржишни раст и високу стопу запослености.

На таквим основама, разгранали су се бројни инструменти туристичке политике, праћени одговарајућим активностима, као што су акциони планови, програми и подстицајне мере. Ангажована финансијска средства из буџета ЕУ за туризам, у основи су резултат дугорочног планирања (ЕУ као целине и појединачних земаља чланица).

Многе политике и мере ЕУ имају директни утицај на туристичке активности, а неке од њих су:¹⁰⁵

1. Боље повезивање свих креатора туристичке политике и иницијатива ЕУ у овом сектору. Ово се односи пре свега на боље процене ефеката мера које се предузимају у туризму (у потпуности узимајући у обзир секторске интересе и потребе), у фази креирања и провођења мера.

2. Јачање улоге Саветодавног комитета у туризму

Туристички саветодавни комитет има низ задатака, а који су углавном усмерени на побољшање размена информација и развој свих облика сарадње (од интереса за државе чланице).

3. Промоција боље интеракције са туристичком привредом и другим заинтересованим групама.

Као један од видова промоције међусобне сарадње са туристичком привредом, организују се годишњи сајмови и туристички форуми. Европски туристички форум се користи нпр. за приказ основних економских кретања и степена ефикасности туристичке привреде, за европска, регионална и национална договарања активности у туризму и слично. Фокус директних контаката између представника туристичке привреде и осталих заинтересованих учесника у туризму је на једној до две теме, које се оцене приоритетним у том моменту за туристичку привреду.

4. Подстицање интеракција између различитих учесника и дестинација у туризму и промовисање партнерства различитих играча (дестинација, региона, учесника из приватног и државног сектора, економских и социјалних сфера живота и разних асоцијација, удружења и слично).

¹⁰⁵ Commission of the European Communities, Commission communication to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, "Working together for the future of European tourism", COM (2001) 665 final, Brussels, 13.11.2001, p. 10-18.

Претходно поменуте мере треба да допринесу промоцији одрживог развоја и високо квалитетног туризма, конкурентном пословању и јачању имиџа Европе као туристичке дестинације. Остали видови нефинансијске помоћи Комисије, националних и регионалних власти, приватних учесника и асоцијација су подршка поменутиим циљевима. Финансијски инструменти су намењени специфичним иницијалним стимулативним активностима или европским туристичким приоритетима.

Наведене мере помажу усаглашавању нових политика са методом отворене сарадње, истакнутој у Белој књизи ЕУ.

5. Услуге умрежавања и неопходна подршка функционисању мера и активности. Њихову доступност обезбеђују надлежне стручне установе (обсерваторије, студијски и истраживачки центри и друга тела) на националном, регионалном и локалном нивоу.

Специјализована тела и центри везани за туристичку привреду, постоје на националном и/или регионалном нивоу у већини држава чланица. Они обезбеђују инфраструктуру, инструменте и основну неопходну подршку, за различите учеснике у туризму.

6. Државе чланице, регионални органи власти и туристичка привреда имају на располагању мере и посебне процедуре за ефикасно коришћење финансијских и нефинансијских инструмената за потребе туристичке привреде.

Ти инструменти су нпр. структурни фонд, приоритетни програми и мере; промоција дијалога са регионалним и осталим учесницима туристичких пројеката.

7. Европска комисија и државе чланице ЕУ подстичу увођење јединственог сателитског обрачуна у туризму (Tourism Satellite Accounts - TSA).

UNWTO, OECD и Евростат су заједнички израдиле серију статистичких индикатора у туризму, који омогућавају бољу информисаност о кретањима у туризму и њиховом утицају на националну и целокупну привреду, на бази мерљивих параметара. У иницијалном периоду увођења система туристичког рачуноводства, од 2002. до 2003. године, Комисија је обезбедила финансијску подршку за прилагођавање статистичких система појединих земљама. За исте намене, малим и средњим предузећима је био одобрен вишегодишњи програм помоћи, у периоду од 2001. до 2005. године.

8. Промоција одрживог развоја туризма у Европи (према Агенди 21)

Промоција одрживог развоја туризма има неколико циљева (на међународном, регионалном и локалном нивоу), и то: да се заштите природни ресурси, да се укључи проблем заштите окружења и коришћења обновљивих енергетских извора у туристичку политику, да се повећа број учесника у туристичком пословању, и да се подстакне друштвено одговорно пословање и контрола примене одредаба о одрживом туристичком развоју.

9. Зависно од развојних потреба, европске (националне, регионалне и локалне) власти промовишу и подржавају израду докумената од општег друштвеног и економског интереса, као и обезбеђују техничку сарадњу.

10. Утврђивање и примена метода и средстава неопходних за контролу квалитета туристичких дестинација и услуга.

Предузимање активности намењених развоју туризма, у директној су корелацији са познавањем респективних статистичких података. Процес

хармонизације туристичке статистике одвијао се у корак са растом економског, социјалног и културног значаја туристичког сектора. Методологија туристичке статистике није намењена само земљама чланицама европског економског подручја, него и свим земљама које желе да усагласе своје националне туристичке статистике са хармонизованим међународним системима.

Први корак у хармонизацији туристичке статистике, Комисија ЕУ је направила 1987. године, јер подаци који су до тада прикупљани на националном нивоу једноставно нису били упоредиви са истим у другим земљама, а коришћени концепти и методи значајно су варирали од једне до друге државе. За успостављање основних података и дефиниција о туристичкој статистици ЕУ искоришћена је Резолуција UNWTO из марта 1993. године, прилагођена одредбама УН.¹⁰⁶

Европски Парламент, Савет ЕУ и Европска комисија у 2012. године усвојена је Уредба о европској статистици у туризму (Regulation (EU) No 692/2011).¹⁰⁷ Поменутом Уредбом укинута је Директива Савета ЕУ о прикупљању статистичких података у туризму (Council Directive 95/57/EC), којом је створена правна основа да се од држава чланица захтева да редовно обезбеде специфичне туристичке статистике. Циљ ревизије система прикупљања туристичке статистике је њена хармонизација и бржа информисаност, тако што ће се гарантовати боља повезаност са пословним статистикама и побољшана процена укупног унутрашњег туризма. Истраживањем домаћинства доћи ће се и до више података о туристичкој тражњи, или до разлога о неучествовању у туризму. Од 2014. године постепено се уводе подаци о дневним посетиоцима. Уредбом су предвиђене и пилот студије о утицају туризма на животну средину.

Поменута побољшања основне туристичке статистике држава чланица ЕУ усмерена су ка њиховој већој доступности, комплетности и свеобухватности, али и лакшој трансмисији хармонизованих табела у међународно признати систем TSA.

1.2. Програми Европске уније за развој туризма

Програми ЕУ за развој туризма заснивају се на принципима партнерства, кооперације и консултација њених земаља чланица и туристичке привреде у целини. Највећи број програма везан је за образовање и обуку, развој региона и узајамну сарадњу, информисање, запошљавање, заштиту културног и природног наслеђа и проширење туристичке понуде одговарајућим разноврсним садржајима који задовољавају потребе савременог туристе.

¹⁰⁶ Методологија туристичке статистике подељена је у три дела: 1) базична методологија (са основним туристичким подацима као што су понуда, тражња, потрошња и сл.); 2) маркетинг сегмент у туризму (културни туризам, сеоски туризам, итд); 3) статистика везана за утицај туризма на друге животне области (нпр. економски систем, окружење и сл).

¹⁰⁷ Official Journal of the EU, L 192, 22.7.2011, *Regulation (EU) No 692/2011 of the European Parliament and of the Council of 6 July 2011 concerning European statistics on tourism and repealing Council Directive 95/57/EC*, p. 17-32.

Табела бр. 1: Програми ЕУ везани за развој туризма

Ред. бр.	ОБЛАСТИ	ПРОГРАМИ
1.	Образовање и обука	<i>Интегрисани програм за доживотно учење</i> (обухвата програме: Comenius, Erasmus, Leonardo da Vinci, Grundtvig, Transversal и Jean Monnet), ODL (<i>Open and Distance Learning</i>), Adult Education, YOUTH -Омладина у акцији (<i>Омладина за Европу</i>), TEMPUS
2.	Регионална сарадња	INTERREG, REGIS, LEADER, RESIDER, RECHAR, RETEX, KONVER
2.1.	Економски и социјални опоравак градских зона погођених кризом 80-тих	URBAN
2.2.	Опоравак региона погођених индустријском кризом 80-тих	RESIDER, RECHAR, RETEX, KONVER, ENVIREG, RECITE, PACTE, OUVERTURE, ADAPT, TEXTILES, PME
2.3.	Вишенаменски програми помоћи земљама Централне и Источне Европе	IPA (претходни: PHARE, ISPA, SAPARD, CARDS), TACIS
3.	Вишегодишњи програми за развој малих и средњих предузећа	CIP (Оквирни програм за конкурентност и иновативност), Erasmus за мале предузетнике, JOINT EUROPEAN VENTURE, BUSINESS CO-OPERATION NETWORK, BUREAU DE RAPPROCHEMENT DES ENTERPRISES, EURO INFO CENTERS, EUROPARTENARIAT (потпрограми Med-Partenariat, Asia-Partenariat, Al-Partenariat), INTERPRISE
4.	Истраживачки и технолошки развој	Седми оквирни програм за истраживања, технолошки развој и огледне активности FP7, Пети оквирни програм за научно-истраживачки развој – FP5 (потпрограми COPERNICUS, EUREKA, COST), CORDIS
4.1.	Енергија	Intelligent Energy-Europe (ALTENER, SAVE, STEER, COOPENER), SYNERGIE, ENERGIE
4.2.	Транспорт	Marco Polo (<i>Marco Polo II</i>)
4.3.	Заштита животне средине и одрживи развој	LIFE+, Habitat, EDEN
5.	Очување културног наслеђа Европе	Култура (<i>Culture 2007</i>), Европска престоница културе, Дани европске баштине
6.	Социјални туризам	HELIOS -"Туризам за све"
7.	Запошљавање	LEDA, EURES, ERGO, EQUAL, ILE, IRIS III
8.	Спорт	EURATHLON
9.	Промоција/оглашавање/аудио-визуелна индустрија	MEDIA 2007, Media Mundus, Media Literacy
10.	Здравље и здравствени туризам	CALYPSO

Извор: Табела је сачињена на бази истраживања програма ЕУ који су утицали на развој туризма, као и чланка аутора: Пауновић С, *Програми Европске уније за развој туризма*, Пословна политика, Београд, новембар 2000, стр. 56-59.

Узимајући у обзир значај туризма и јачање конкурентске борбе на светском туристичком тржишту ЕУ је дефинисала низ начина како да подстакне развој туризма, било кроз програме који су директно намењени туризму, било индиректно кроз програме намењене другим секторима, а којима се постиже унапређење туризма, подизање конкурентности европског туризма и остваривање других економских и некономских циљева. Програми су облик посебно планираних иницијатива, а у туризму се примењују од почетка осамдесетих година. Заједнички циљеви свих програма могу се поделити у две групе, једну која се односи на економски раст (кроз пораст прихода, запошљавања итд) и другу која се односи на заштиту, очување и рационално коришћење природних ресурса, рада и капитала.

Програми су, до 1997. године, искључиво били намењени земљама чланицама ЕУ, а затим су постепено отворани према земљама кандидатима за чланство у ЕУ или онима које су још у фази потписивања Споразума о стабилизацији и придруживању (као што је био случај са нашом земљом).

Текући програми су дефинисани за буџетски период од 2007. до 2013. године, а као и за сваки од претходних пројектних циклуса, дефинисани су приоритети ЕУ. Једна од карактеристика је повезивање више претходних програма, у један већи програмски оквир, у циљу ефикасности, повећања буџета, постављања јединствене управљачке структуре и већег учешћа националних агенција у планирању и имплементацији активности. Текући пројекти су усмерени на реализацију Лисабонске стратегије ЕУ усвојене 2000. године.

1.2.1. Програми усмерени на проширивање знања из области туризма

Најзначајнији програми у области образовања су: Интегрисани програм за доживотно учење, који је објединио програме: Leonardo da Vinci (који обједињује, допуњује и наставља се на програме: Comett, Petra, Eurotecnet, Force); *Socrates* (у оквиру кога су потпрограми: Grundtvig - за образовање одраслих,¹⁰⁸ Erasmus, Comenius, Lingua, Minerva) и eLearning.

*Интегрисани програм за доживотно учење (Lifelong Learning Programme)*¹⁰⁹ полази од значаја образовања и стручног усавршавања у изградњи европског друштва заснованог на знању, те је основни циљ програма реализација дугорочних развојних циљева ЕУ, посебно Лисабонске стратегије, Болоњског и Копенхагеншког процеса. Тренутно у програму учествује 2.199 институција из 31 земље. Постоје листе универзитета, националних агенција и удружења укључених у ове програме. Интегрисани програм за доживотно учење има шест потпрограма, и то: Comenius, Erasmus, Leonardo da Vinci, Grundtvig, Transversal и Jean Monnet. Овај програм је наследник и програма *Socrates*, који је био отворен за све образовне институције и туристичке пројекте, с циљем изградње јединствене европске форме образовања, боље мобилности студената и унапређења сарадње. Сарадња универзитета, размена студената и универзитетских професора одвија се кроз

¹⁰⁸ Кроња Ј, *Програми Европске заједнице*, Фонд за отворено друштво, Европски покрет у Србији, Београд, 2009, стр. 13.

¹⁰⁹ Official Journal of the EU L 327, 24.11.2006, *Decision No 1720/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 15 November 2006 establishing an action programme in the field of lifelong learning*

потпрограм *Erasmus*, побољшање познавања страних језика кроз потпрограм *Lingua*, примена савремених технологија, рачунарских мрежа кроз потпрограм *ODL*, школско образовање кроз потпрограм *Comenius*, и др. Програм *Socrates* усвојен је 1995. године, а 2000. године је замењен програмом *Socrates II*¹¹⁰, који је трајао до 2006. године и био намењен чланицама ЕУ.

Програм *Leonardo* значајан је како за чланице ЕУ, тако и за земље у процесу придруживања. Усвојен је 1994. године и представља наставак ранијих програма *Force* (стручно усавршавање), *Petra* (основна стручна обука), *Comett* (универзитетско-пословна сарадња) и *Eurotecnett* (промовисање технолошких иновација).¹¹¹ Циљ програма *Leonardo* је помоћ технолошком и индустријском развоју земаља. Пилот пројекат, који подржава ЕУ путем програма *Leonardo*, је *Forestur* намењен обуци у туризму, ради унапређивање вештина професионалаца у сеоским подручјима.

Petra програм¹¹² је био активан у периоду од 1988. до 1994. године, а настао као последица недостатка квалитетних кадрова у туризму и проблема запошљавања у овом сектору, у већини земаља чланица. Програм је подразумевао размену запослених у туристичким предузећима, на основу кога су касније настале паневропске асоцијације HOTREC и ЕСТАА.

Програм *Tempus* је намењен реформи и модернизацији високог образовања као помоћ ширем кругу земаља у окружењу ЕУ, а његови приоритети су између осталог: туризам, култура, уметничко наслеђе и заштита окружења. Програм је основан 1990. године и намењен је земљама Западног Балкана, Источне Европе, Централне Азије и Медитеранског региона. Од 2001. године програм је отворен и за Србију.¹¹³ Главне активности у земљама корисницама програма одвијају се кроз заједничке европске пројекте. Ради се о мултилатералним пројектима сарадње између високошколских организација, у којима учествује шири круг институција, организација, предузећа, те представници државе и појединци.

Поред поменутих, постоје и други програми сарадње са институтима и високо-образовним институцијама других континената у смислу стимулисања размене студената и подстицања истраживања.

Нови програм ЕУ, у периоду од 2014. до 2020. године, је програм „Erasmus+“¹¹⁴, који је намењен образовању, обуци, омладини и спорту. Идеја је да се креира један програм који ће повезати претходне (*Интегрисани програм за доживотно учење, Млади у акцији, Erasmus Mundus* и друге). Програм „Erasmus+“

¹¹⁰ Official Journal L 28, 03.02.2000. - Decision 253/200/EC of 24.1.2000 of the European Parliament and of the Council establishing the second phase of the Community programme in the field of education „SOCRATES“.

¹¹¹ Horspool Margot, Humphreys Matthew, *European Union Law*, 7th Edition, Oxford University Press, United Kingdom, 2012, p. 399

¹¹² Official Journal of the EU COM(97)385 final, *Final report on the implementation of the Petra programme – Action programme for the vocational training of young people and their preparation for adult and working life*

¹¹³ Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, *Overview of the Higher Education Systems in the Tempus Partner Countries: Western Balkans*, A Tempus Study, No 13, EACEA, Brussels, November 2012, p. 73-88.

¹¹⁴ European Commission, *Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council establishing „Erasmus for all“ – The Union Programme for Education, Training, Youth and Sport*, COM(2011)788 final, 2011/0271 (COD), Brussels, 23.11.2011.

ће бити подршка до сада највећем броју младих да бораве у иностранству, те да унапређују своје вештине и могућности запошљавања. Предвиђено је да више од 4 милиона људи добије подршку за студирање, образовање, рад или волонтирање у иностранству (било у ЕУ или ван ње). Новим системом кредитних гаранција ће управљати Европски инвестициони фонд. Трећина средстава (од укупно 15 милијарди) биће употребљена за успостављање партнерстава између образовних институција, организација за младе, предузећа, локалних и регионалних власти и невладиних организација, као и за реформе којима је циљ модернизовати образовање и оспособљавање, и подстицање иновативности, предузетништва и могућности запошљавања.¹¹⁵

1.2.2. Програми намењени локалном и регионалном развоју

Значајни програми регионалне сарадње су: *Interreg*, *Regis*, *Leader* (интегрисан у Стратегију развоја руралног туризма ЕУ 2007-2013)¹¹⁶, *Retex*, *Rechar* и *Konver*.

Програм *Interreg* је први програм прекограничне сарадње (чији правни оквир је проистекао из *Европске оквирне конвенције о прекограничној сарадњи* из 1980. године), који треба да подстакне сарадњу између региона у ЕУ, те помогне избалансираном развоју и интеграцији европске територије. Програм је започет 1989. године, од када се непрекидно настављао у наредним програмским периодима. Програм се финансира из Европског фонда за регионални развој и има велики значај за туризам. На пример, програм *Interreg III* је био отворен за све подсекторе и пројекте у туризму (што је обухваћено и у најновијим програмима), чији су циљеви:¹¹⁷

1. Промовисање развоја градова, села и обалних подручја; јачање партнерства, развој малих предузећа и постицање локалног запошљавања; промоција заштите окружења, рационално коришћење енергије; побољшање транспорта, телекомуникација, енергетског и система вода.
2. Промовисање ефикасног и одрживог транспортног система, бољи приступ информацијама, посебно са издвојеним и периферним регионима; промоција заштите животне средине и пажљивог управљања природним ресурсима.
3. Сарадња у другим областима, као што су: туризам, култура, истраживање, технологије, развој малих и средњих предузећа, информисање, итд.

Србија је укључена у програм *Interreg* кроз програм CADSES (за простор Средњег Јадрана, Дунава и Југоисточне Европе) и програм Италија/Балкан.

Помоћ периферним регионима одвија се кроз програм *Regis* који подразумева њихово пуно укључивање у транснационалну сарадњу.

¹¹⁵ European Commission, Press Release, *One trillion euro to invest in Europe's future – the EU's budget framework 2014-2020*, Brussels, 19 November 2013.

¹¹⁶ Council Regulation (EC) No 1698/2005 of 20 September 2005 on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD), Official Journal L 277, 21.10.2005, p. 1-40.

¹¹⁷ Official Journal of the EU C 226 of 10.9.2004. - *Communication from the Commission to the Member states of 2 September 2004 laying down guidelines for a Community initiative concerning trans-European cooperation intended to encourage harmonious and balanced development of the European territory - INTERREG III*

Програма *Leader* одвијао се у три етапе, у трајању од 15 година (од 1991. до 2006. године), кроз програме: *Leader I*; *Leader II* и *Leader+*, а финансиран је из различитих Структурних фондова ЕУ. Издвајање средстава за ове програме се из године у годину повећавало, како из Структурних фондова ЕУ, тако и од стране локалних заједница и пословног сектора. Циљ је био да се на основу локалног партнерства и транснационалне сарадње помогне развој сеоских подручја и унапреди сеоски туризам, и то кроз: стратегију интегрисаног развоја сеоских подручја; сарадњу сеоских подручја (националну или транснационалну) и размену искустава и информисање о учињеним променама.¹¹⁸

У ранијим програмским периодима програм *Leader* је финансирао развој неразвијених региона и сеоских подручја, промоцију регионалног идентитета, очување и рестаурацију културног наслеђа и организовање културних активности. Због успешности програма, његови принципи су интегрисани у свеукупну *Стратегију руралног развоја ЕУ од 2007. до 2013. године*, а спровођење његових принципа, од 2007. године има и подршку Европског пољопривредног фонда за рурални развој (EAFRD). Програма *Leader* у Србији је подржавао и UNDP.¹¹⁹

Програм *Urban* (урбанистичка политика) имао је за циљ проналажење најбољих решења социјалних проблема узрокованих кризом у многим депресираним градским подручјима, изградом програма економске и социјалне ревитализације, обновом инфраструктуре и објеката, промоцијом практичних предности која одликује одређено подручје, решавањем питања дугорочног запошљавања и побољшањем целокупног окружења.¹²⁰

Помоћ европским индустријским регионима погођеним кризом 80-тих година, одвијао се кроз програме: *Resider*, *Rechar*, *Konver*, *Retex*; тј. програме претварања бивших индустријских подручја у туристичке зоне.

Значајно место у туристичкој политици ЕУ придаје се равномерном развоју региона. Локални програми за развој туризма су: *Envireg* (програм из 1990. године за заштиту животне средине), *Recite* (региони и градови Европе - *Regions and Cities in Europe* – из 1991. године, предвиђен као мрежа заједничких пројеката региона и градова у Европи), *Pacte* и *Ouverture*.

Интересантан је пример Острва Родос у Грчкој, који показује како ЕУ учествује у развоју туризма појединих туристичких региона (с обзиром на специфичан циљ и намену одобрених финансијских средстава). Наиме, масовна туристичка кретања на Острву Родос у Грчкој, односно у тзв. долини лептира, резултовала су убрзаним смањењем јединствене популације лептира у свету и опасности да се овај специфичан извор локалне туристичке атракције потпуно уништи. Због тога је израђен програм очувања лептира, а ЕУ је из средстава Структурног фонда, обезбедила око 300.000 евра за његову реализацију. Средства су усмерена на изградњу приступа долини, затим на усмеравање и праћење кретања

¹¹⁸ Official Journal of the EU C 376 of 22.12.2011. - *Opinion of the European Economic and Social Committee on 'LEADER as a tool for local development' (own-initiative opinion)*, p. 15-18.

¹¹⁹ Rollinger L, *Изградња локалних капацитета за рурални развој усмерена на унапређење туризма*, Уједињене нације – Програм за развој, Канцеларија у Србији, Београд, 2012, стр. 20.

¹²⁰ Official Journal of the EU C 141 of 19.05.2000. - *Communication from the Commission to the Member States of 28 April 2000 laying down guidelines for a Community initiative concerning economic and social regeneration of cities and of neighbourhoods in crisis in order to promote sustainable urban development (URBAN II)*, p. 8-16.

туриста по посебно изграђеним стазама, као и у превенцију од суша, кроз план за циркулацију воде унутар острва. Наведеним програмом су, постигнути спектакуларни резултати у заштити ове јединствене природне атракције. Поред тога омогућено је и остваривање додатних туристичких прихода домаћем становништву. Реализација пројекта је допринела великом запошљавању становништва које живи на острву, кроз отварање низа нових радних места. Постигнут је и вишеструки интерактивни ефекат, јер је бивши манастир претворен у природно-историјски музеј, који такође туристи посећују.¹²¹

INTERREG EUROPE (2014-2020)¹²² је програм који ће бити усмерен на побољшање имплементације регионалне развојне политике. Програм ће подржати и финансирати пројекте међурегионалне сарадње, који имају за циљ интегрисање добре праксе у регионима, а ради остваривања основног циља Европа 2020 - „раст и запошљавање“. Програм INTERREG EUROPE ће охрабривати и прекограничну сарадњу и транснационалне програме.

1.2.3. Програми помоћи земљама централне и источне Европе

IPA програм је инструмент претприступне помоћи, који је за период од 2007. до 2013. године, објединио раније програме претприступне помоћи: CARDS, PHARE, ISPA, SAPARD, као и претприступни инструмент за Турску. Циљ програма је да се целокупна претприступна помоћ уобличи у јединствен оквир, да се рационализују и поједноставе процедуре, те побољша координација активности. Програм се састоји из пет компоненти, а то су: подршка транзиционом процесу и изградња институција, регионална и погранична сарадња (учествовањем у ERDF транснационалним и интрарегионалним програмима сарадње), регионални развој (из Фонда за регионални развој – ERDF и Кохезионог фонда), развој људских ресурса (из Европског социјалног фонда, а у оквиру Европске стратегије запошљавања) и рурални развој (кроз програме руралног развоја). Целокупан програм значајан је за туризам, с обзиром да пројекат узима у обзир питања заштите животне средине, прекограничне сарадње, културног развоја, ефикасности управе и равноправности полова. Србија има могућност да, у оквиру овог програма, учествује у шест програма прекограничне сарадње са суседним државама, и то: Мађарском, Румунијом, Бугарском, Хрватском, Босном и Херцеговином и Црном Гором.

Претходни програм CARDS, од 1999. до 2006. године, је обухватио три претходна инструмента помоћи ЕУ земљама “Западног Балкана”¹²³: ЕЧО, Обнова

¹²¹ Commission of the European Communities, Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Community measures affecting Tourism (1997/99), COM(2001) 171 final, Brussels, 28.3.2001, p.17.

¹²² European Commission, INTERREG EUROPE 2014-2020: Cooperation Programme document, Final Draft, 10 June 2014, p. 67.

¹²³ Албанија, Босна и Херцеговина, Хрватска, Србија и Црна Гора, укључујући Косово и БЈР Македонију.

и Phare.¹²⁴ У оквиру CARDS програма, исто као и код PHARE програма, финансирали су се или суфинансирали програми владиних реформи у централним и источним европским земљама.

Табела бр. 2: План алокације средстава IPA, 2007-2013. - у мил. евра

Земља	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	Укупно
Турска	497,2	538,7	566,4	653,7	781,9	899,5	935,5	4.872,9
Хрватска	141,2	146,0	151,2	153,6	156,6	159,7	162,9	1.071,2
Македонија	58,5	70,2	81,8	91,7	98,0	105,1	117,2	622,5
Србија	189,7	190,9	194,8	198,0	201,9	205,9	214,7	1,395,9
Косово	68,3	184,7	106,1	67,3	68,5	70,0	73,7	638,8
Црна Гора	31,4	32,6	33,3	33,5	34,2	34,8	35,4	235,2
БиХ	62,1	74,8	89,1	105,4	107,4	109,5	111,8	660,1
Албанија	61,0	70,7	81,2	92,7	94,4	96,3	98,1	594,4

Извор: Communication from the Commission to the Council and the European Parliament - Instrument for Pre-Accession Assistance (IPA) Multi-Annual Indicative financial framework for 2011-2013, Brussels, COM(2009) 543 final, 14.10.2009, p. 6.

http://ec.europa.eu/enlargement/howdoes-it-work/financial-assistance/planning-ipa_en.htm

PHARE програм је наиме установљен 1989. године,¹²⁵ са циљем привредне обнове земаља централне и источне Европе,¹²⁶ и то њене инфраструктуре, приватног сектора, образовања и истраживања, те заштите природне средине. Програм је био главни финансијски инструмент за земље кандидате и потенцијалне кандидате за чланство у ЕУ. Средства Phare програма су коришћена за смањивање ризика и стварање услова за инвестирање других донатора, израду студија, као бесповратно финансирање, гаранције и кредитне линије. Како мала и средња предузећа имају велики утицај на развој туризма, Phare програм је имао три циља:¹²⁷

- мобилизацију финансијских средстава (краткорочних или дугорочних), из националних или иностраних извора, посебно у облику микро-кредитних шема;
- изградњу институција које помажу функционисање малих и средњих предузећа, трансфер знања, помоћ развоју малих и средњих предузећа;
- подршку финансирању малих и средњих предузећа преко регионалних инвестиционих фондова.

Phare програм је подржавао активности у туризму на националном и регионалном нивоу, развој националних туристичких организација, оснивање локалних путничких агенција, развој туристичких услуга, затим је финансирао учешће на туристичким сајмовима и разне активности у области маркетинга и промоције и обуке кадрова.

¹²⁴ Опширније о CARDS програму видети у документу Европске комисије: European Commission, DG RELEX, *CARDS Assistance Programme to the western Balkans - "Regional strategy paper 2002-2006"*

¹²⁵ Official Journal of the EEC L 375, 23.12.1989, *Council Regulation 3906/89, 18.12.1989.*

¹²⁶ Phare се односио на следеће земље: Пољска, Мађарска, Бугарска, Чашка, Словачка, Румунија, Естонија, Летонија, Литванија, Словенија, (по редоследу укључивања у Програм)

¹²⁷ Јоковић-Тијанић С, *Финансијска помоћ Европске уније, Phare*, Печат – Младеновац, Београд, 2001, стр. 36.

ISPA инструмент претприступне помоћи намењен је финансирању инфраструктурних пројеката у области промета и заштите животне средине, као вид припреме за коришћење Кохезионог фонда.

SAPARD је претприступни програм за пољопривреду и рурални развој и сличан је Европском пољопривредном фонду за рурални развој. Садржи мере за лакше прилагођавање сектора пољопривреде и руралног развоја - организацији, тржишту и законодавству ЕУ.

IPARD програм је инструмент претприступне помоћи који финансира пројекте намењене руралном развоју туризма, али овај програм је директно повезан са кандидатуром за чланство у ЕУ.

Специфичан пример примене програма у туризму је погранична сарадња Словеније са Аустријом, с обзиром да погранична област између две земље обилује туристичким атракцијама, то је препозната као приоритет у националној туристичкој стратегији. Недостатак је био у неизграђености базне инфраструктуре (изван главних центара) и мали и разуђени туристички бирои, који нису сарађивали. Било је потребно развити нови туристички производ, упоредо са инфраструктуром и маркетингом. Поред предузетих мера да се ово превазиђе, реализовани су и пројекти у области културе (организовање различитих културних и спортских догађаја, семинара и радионица о историји, култури региона, економској ситуацији и слично), како за локално становништво, тако и за туристе.

Нови претприступни инструмент IPA II, за период од 2014. до 2020. године, треба да омогући наставак досадашње политике проширења ЕУ (као кључни приоритет ЕУ у спољним активностима), чиме се промовише стабилност, безбедност и просперитет у Европи. IPA II ће бити подршка земљама кандидатима и потенцијалним кандидатима у припремама за чланство у ЕУ, те прогресивном прилагођавању институција и економија са стратегијама и политикама ЕУ. Буџет IPA II (2014-2020) износи 14,11 милијарди евра, док је IPA буџет (2007-2013) износио 11,46 милијарди евра.¹²⁸

1.2.4. Програми за развој малих и средњих предузећа у туризму

Програми за развој малих и средњих предузећа у туризму отворени су за све секторе и све туристичке пројекте. Финансијска средства и развојни инструменти слични су код свих програма. Програми имају за циљ јачање конкуренције, раст обима послова малих и средњих предузећа, промовисање предузећа, поједностављивање административних и правних процедура око истраживачких, иновативних и пословних акција, обезбеђивање финансијских средстава за реализацију пројеката и бољу координацију активности.

До 2005. године, били су актуелни програми развоја малих и средњих предузећа, као што су: *CREA*, *Joint Venture Capital*,¹²⁹ *Joint European Venture*,

¹²⁸ European Commission, *Proposal for a Regulation of the European Parliament and the Council on the Instrument for Pre-accession Assistance (IPA II)*, COM (2011) 838 final, 2011/0404 (COD), Brussels, 7.12.2011, p.3.

¹²⁹ Програм *Joint Venture* имао је за циљ лакше оснивање и развој заједничких предузећа у земљама средње и источне Европе. Програм се финансирао из програма PHARE и TACIS.

Business Co-operation Network, Bureau de Rapprochement des Entreprises, Euro Info Centers, Europartenariat i Interprise. Програми су подразумевали микрофинансирања тј. давање *start up* или сличних кредита за покретање и рад предузећа, који за ЕУ као организацију нису били економични, те по истеку нису настављени.

Тако је нпр. *CREA (Capital Risque pour les Entreprises en phase d'Amorçage)* била помоћ малим предузетницима при покретању послова уз помоћ тзв. ризичног капитала за покретање послова, односно за тзв. *start-up* пословање. Обично су се из овог фонда финансирали дугорочни развојни пројекти, увођење нових технологија и промоција размене добре праксе и обуке. *CREA* је обезбеђивала пословну подршку у смислу финансијских планова, саветовања о будућим изворима финансирања, тржишној анализи и развојним пословним стратегијама. *Joint European Venture - JEV* иницијатива у туризму подржавала је пројекте развоја заједничких улагања (између најмање два мала или средња предузећа из различитих држава чланица ЕУ) за побољшање хотелске инфраструктуре или инфраструктуре туристичких места, кампова, као и за заједничка улагања туроператера. Ови и слични пројекти у туризму имали су функцију маркетинга и продајне промоције односно проналажења пословних партнера за хотеле, кампове, ресторане, барове и пружаоце услуга.¹³⁰

ЕУ ипак није одустала од помоћи малим и средњим предузећима, него се преоријентисала на изградњу интернет мреже која окупља предузетнике и предузећа, те им помаже да се повежу са оним који могу да им помогну: финансијски, организационо, саветодавно, и сл. Активности Европске комисије су се концентрисале на рад са заинтересованим странама преко мреже, у циљу повећања конкурентности малих послова у европском туристичком сектору и стварању већег броја радних места.¹³¹

EURO INFO CENTERS - EIC је мрежа 250 информативних центара широм Европе, настала 1987. године, као веза између европских институција и предузећа на локалном нивоу. Непосредна сарадња са предузећима има за циљ да им представи могућности ЕУ и припреми их за значајније промене као што су: проширење ЕУ, електронско пословање, и сл.¹³² Уместо *EIC* данас је централна мрежа *Entreprise Europe Network* – која пружа услуге малим и средњим предузећима у Европи, у смислу да брзо и лако дођу до неопходних информација за успошно пословање, нпр. о доступности финансија, трансферу технологија, правним саветима и слично, а чини је близу 600 партнерских организација у преко 50 земаља. У оквиру мреже функционише посебна група задужена за „туризам и културно наслеђе“, која пружа различите услуге компанијама у овом сектору, и то:¹³³

- проналажење пословних партнера за туристичке производе и услуге широм Европе;

¹³⁰ Report from the Commission to the European Parliament and the Council Growth and Employment - Initiative measures on financial assistance for innovative and job creating Small- and Medium Sized Enterprises (SMEs), COM/2001/0399 final, p. 22-31

¹³¹ EC-Enterprise and Industry, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/index_en.htm на дан: 17.1.2014.

¹³² Euro Info Centres Enterprise (working document) COM (87) 152 final of 7/4/87; Euro Info Centres - extension of project - Communication of the Commission - COM (88) 161 final of 30/3/88.

¹³³ Enterprise Europe Network: <http://een.ec.europa.eu/about/sector-groups/tourism-cultural-heritage>, на дан: 16.1.2014.

- промовисање нове технологије за развој туризма и културног наслеђа на националном и европском нивоу;
- организовање билатералних састанака са потенцијалним партнерима у области туризма и културног наслеђа на сајмовима, и посете предзећима потенцијалним партнерима;
- саветовање предузећа о могућностима финансирања, и помоћ око конкурисања за зајмове;
- промовисање и примена мултидисциплинарних истраживачких пројеката у области туризма и културног наслеђа;
- информисање о релевантним међународним конференцијама и радионицама;
- пружање смерница за покретање бизниса у туризму;
- разговори о потребама и интересима малих предузећа и информисање креатора ЕУ политика о њиховим потребама.

Мала и средња предузећа, којих има више од 23 милиона широм Европе,¹³⁴ утичу на ЕУ, националне и регионалне политике, обезбеђују два од три радна места у приватном сектору и доприносе са више од пола укупној додатној вредности која се створи у ЕУ. Имајући у виду, с једне стране да су ова предузећа носиоци развоја привреде и јачања економије, а са друге стране последице светске економске кризе на раст незапослености у Европи, Комисија ЕУ се у 2013. години поново окреће иницијативи прогресивног микрофинансирања, кроз JASMINE (*Joint Action to Support Microfinance Institutions*) иницијативу за земље чланице и регионе, из средстава Европског социјалног фонда и Европског фонда за регионални развој.¹³⁵

Подршка ЕУ малим и средњим предузећим може бити у форми донација, зајмова и гаранција. Средства Структурног фонда ЕУ доступна су директно или преко програма, којима се управља на националном или регионалном нивоу. Ово финансирање је највећим делом усмерено на тематске целине: окружење, енергија и транспорт (нпр. кроз програме: LIFE+, CIP, Marco Polo II); истраживање и развој; и образовање и обука.¹³⁶

На пример, током протекле две деценије програм европске „културне руте“ се показао као потенцијал за креирање малих и средњих предузећа и промовисање историје Европе. Укључивањем неистражених делова Европе у културне руте (90% руте је било у руралним подручјима), истакнуте су разноврсне одлике туристичких дестинација (локална култура и наслеђе су главни ресурс), али је и створен простор за иновације, креативност и отварање малих мануфактура. Тренутно културне руте обухватају 26 транснационалних итинерера, одабраних и оцењених од стране Света Европе и значајан су будући потенцијал у туризму.¹³⁷

Мала и средња предузећа чине око 99% свих европских пословних субјеката. С обзиром на њихов значај у запошљавању (двоје од троје запослених у приватном сектору осигуравају мала и средња предузећа), осмишљен је нови програм COSME (први програм који је посебно намењен малим и средњим

¹³⁴ European Commission, *The European Union explained: Enterprise*, Luxembourg, 2013, p.4

¹³⁵ European Commission, *Entrepreneurship 2020 Action Plan – Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*, COM (2012) 795 final, Brussels, 9.1.2013.

¹³⁶ European Commission, *European Union Support Programmes for SMEs, An overview of the main funding opportunities available to European SMEs*, January 2012.

¹³⁷ Council of Europe, *Impact of European Cultural Routes impact on SMEs' innovation and competitiveness*, 2010, p. 6-8.

предузећима), који треба да обезбеди 2,3 милијарде евра подршке за повећање конкурентности, те раст и запошљавање у Европи. Циљ програма је да олакша приступ тржиштима унутар и изван ЕУ, као и доступност финансијских гаранција за зајмове и ризични капитал.¹³⁸

1.2.5. Истраживачки и технолошки развој у туризму

Истраживање, технолошки развој и иновације налазе се на трећем месту по значају за ЕУ, одмах иза пољопривредне и регионалне политике, па је и висина оперативног буџета сразмерна томе.

Седми оквирни програм за истраживања, технолошки развој и огледне активности (*Seventh Framework Programme for Research, Technological Development and Demonstration Activities – FP7*)¹³⁹ располаже буџетом од 50,52 млрд. евра (од 2007. до 2013. године). Програм је наставак претходних Оквирних програма, који су се сукцесивно настављали од 1984. године. Циљ је јачање научне и технолошке базе како би се обезбедио висок ниво конкурентности у светским оквирима. Намењен креирању јединственог европског истраживачког простора и одређеним тематским целинама. Тематски програми повремено обухватају акције попут „градови будућности и културно наслеђе“, која је била намењена планирању одрживог развоја градова и рационалном управљању ресурсима. Програм је намењен најширем кругу институција, организација, истраживачким центрима и универзитетима, тј. свима који се баве научно-истраживачким радом. Србија у ограниченом капацитету учествује у програму од 2001. године, у FP5 и FP6, док је пуноправно укључена од 1. јануара 2007. године.¹⁴⁰

Оквирни програм за конкурентност и иновативност (CIP) подстиче све видове иновативности (укључујући еко-иновативност), с циљем изградње напредног друштва. CIP се састоји од три под-програма: Програма за предузетништво и иновације (EIP), Програма за подршку политици информационо-комуникационих технологија, и програма Интелигентна енергија за Европу (IEE)¹⁴¹. Циљ програма IEE је смањење загађености окружења уз истовремено повећање производње енергије, што је у складу и са Зеленом књигом о климатској и енергетској политици до 2030. године, према којој би обновљива енергија требала да чини најмање 30% потрошње енергије ЕУ до 2030. године.¹⁴²

Значај програма у туризму (за градове, марине и сл.) се огледа у увођењу нових транспортних и енергетских технологија, те ефикасном управљању

¹³⁸ European Commission, Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council establishing a Programme for the Competitiveness of Enterprises and small and medium-sized enterprises (2014-2020) (COSME), COM(2011)834 final, 2011/0394 (COD), Brussels, 30.11.2011.

¹³⁹ Official Journal of the EU L 412/2006, 30.12.2006. – *Decision No 1982/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 concerning the Seventh Framework Programme of the European Community for research, technological development and demonstration activities (2007-2013)*

¹⁴⁰ Кроња Ј, *Програми Европске заједнице*, Фонд за отворено друштво, Европски покрет у Србији, Београд, 2009, стр. 27

¹⁴¹ Official Journal of the EU L 176/2003, 15.7.2003. – *Decision No 1230/2003/EC*

¹⁴² European Commission, *Green Paper: A 2030 framework for climate and energy policies*, COM (2013) 169 final, Brussels, 27.3.2013.

енергијом у хотелима, забавним парковима и сличним објектима. Овај програм заменио је програме: *Synergie* (међународне сарадње у области енергетике), *Altener* (промоција обновљивих извора енергије и интегрисање у локалну животну средину), *Steer* (енергетска ефикасност у саобраћају), *Save* (промоција ефикасног и рационалног коришћења енергије), *Coopener* (промоција обновљивих видова енергије у сарадњи са ЗУР у Азији, Африци, Латинској Америци и на Пацифику), чији је програмски период био од 1998. до 2002. године. Конкретан значај програма је видљив у већ уграђеним енергетским системима у хотелима, одмаралиштима и осталим објектима за одмор, који су енергетски ефикасни, односно рационално користе енергију и снижавају трошкове пословања.¹⁴³

Европска комисија је до сада подржала и финансирала много истраживачких пројеката међу којима и трогодишњи пројекат CHES. У центру пажње овог пројекта су били музеји, којих има око 55.000 у свету, али се сви они сусрећу са истим изазовом, како да привуку посетиоце, да их заинтересују, ангажују и пруже јединствено искуство, које нигде другде немогу наћи. Идеја тима истраживача је да моћ доброг приповедања може да повећа број посета музејима, тако што би се људима омогућило боље разумевање свих садржаја, од историје до науке. Следећа претпоставка је да се музеји сусрећу са истим изазовима као и мала и средња предузећа, а то су продаја, профитабилност и адекватни извори, тј. да имају високе трошкове одржавања, те да су им потребни и велики приходи за опстанак. Због тога, културне институције морају осмислити своју сопствену и јединствену понуду, коју би креирали кустоси и запослени у музеју уз помоћ дигиталне технологије и то мултимедијално, а уз помоћ и самих посетилаца који би преносили интересантне доживљаје из музеја. У музеју Акропол у Атини - Грчкој, посетиоци преко таблет рачунара, прате кроз причу музејске предмете, пролазе кроз Олимпијске игре, ратове и грчку митологију, што је све прилагођено појединцу. Овај пројекат је осмислио форму привлачења посетилаца и начина да се посета сваки пут доживи на нов начин. Подршка Европске комисије је износила 2,8 мил евра.¹⁴⁴

Horizont 2020¹⁴⁵ је нови програм ЕУ за истраживање и иновације у периоду од 2014. до 2020. године, чији је циљ да подстакне врхунско истраживање у Европи, те да оснажи водећи положај индустрије у области иновација. Средства у висини од око 80 милијарди евра биће уложена у кључне технологије. Програм ће омогућити већу и доступнију финансијску подршку, помоћи ће мала и средња предузећа и помоћи у суочавању са бројним друштвеним изазовима, као што су климатске промене, обновљива енергија, сигурност хране, и др. Програм ће бити подршка за више од 65.000 истраживача (преко програма Marie Skłodowska-Curie); за боље повезивање високошколског образовања (преко Европског института за

¹⁴³ Commission of the European Communities, *Proposal for a Decision of the European Parliament and of the Council establishing a Competitiveness and Innovation Framework Programme (2007-2013)*, COM (2005) 121 final, 2005/0050 (COD) Brussels, 6.4.2005, p. 2-14.

¹⁴⁴ „Cultural-heritage experiences through socio-personal interactions and storytelling (CHES)“, CORDIS, Community Research and Development Information Service, http://cordis.europa.eu/result/story/rcn/12054_en.html на дан: 17.1.2014.

¹⁴⁵ European Commission, Press Release, *One trillion euro to invest in Europe's future – the EU's budget framework 2014-2020*, Brussels, 19 November 2013, p. 4.

иновације и технологију), истраживања и привредних субјеката; и за оснивање нових предузећа и специјализованог постдипломског образовања.

1.2.6. Програми из области заштите животне средине и одрживог развоја

Програми заштите животне средине (Environmental Action Programs - EAP) примењују се непрекидно још од 1973. године, а најновији еколошки планови усклађени су са Стратегијом Европа 2020.¹⁴⁶ Првобитно су се програми односили само на превенцију од загађивања и санацију простора, да би се нешто касније прешло и на просторно планирање и укључивање овог проблема у секторске политике. Од осамдесетих година Заједница је увела инструменте заштите животне средине, као што је процена утицаја пројекта, процена еколошког ризика и процена утицаја планова и програма на животну средину. Одређено је 37 кључних индикатора заштите животне средине, као што су: глобално загревање, природне катастрофе везане за промене температуре - из области климатске промене и енергија, али прате се и друге области: природа и биодиверзитет, животна средина и здравље, природни ресурси и загађење (управљање отпадом), животна средина и економија. За период до 31.12.2020. године дефинисани су приоритети у новом „7. Програму заштите животне средине – 7th EAP”, а који су засновани на стратегији Европа 2020, стратегији ЕУ о биодиверзитету до 2020. године, Европској стратегији за одржив развој и другим документима.¹⁴⁷

*Natura 2000*¹⁴⁸ је мрежа 26.000 заштићених подручја која обухвата 18% територијалног простора ЕУ, највећег заштићеног подручја у свету, које покрива 800.000 км² и 100.000 км² marina. Циљ је заштита и управљање угроженим врстама и стаништима у Европи, без обзира на националне и политичке границе. Покрива широк спектар активности, које укључују пољопривреду, шумарство, туризам, рекреацију и одрживи развој. Правна основа за Natura 2000 је Директива о птицама (из 1979. године)¹⁴⁹ и Директива о стаништима (из 1992. године)¹⁵⁰, које чине суштину политике ЕУ о унутрашњем биодиверзитету.

LIFE програм је посебан финансијски инструмент за спровођење политика ЕУ у области заштите и унапређења животне средине. Циљеви програма су да допринесе реализацији политика ЕУ у области заштите природе и биодиверзитета. LIFE је стартовао 1992. године и до данас је имао пуне три фазе програма, у периоду од 1992. до 1995. године, затим од 1996. до 1999. године, и од 2000. до 2006. године. Тренутно је главни финансијски инструмент Европе за заштиту

¹⁴⁶ European Parliament, Council of the EU, *Decision of the European Parliament and of the Council on a General Union Environmental Action Programme to 2020 "Living well, within the limits of our planet"* PE-CONS 64/1/13 REV 1, Strasbourg, 20.11.2013, p. 2 - 11.

¹⁴⁷ European Union, *Decision of the European Parliament and of the Council on a general Union environmental action programme to 2020 „Living well, within the limits of our Planet“*, PE-CONS 64/1/13 REV 1, Strasbourg, 20.11.2013, p.4.

¹⁴⁸ European Commission: http://ec.europa.eu/environment/nature/index_en.htm, на дан: 9.01.2014.

¹⁴⁹ Official Journal of the EU L 20, 26.1.2010, *Directive 2009/147/EC of the European Parliament and of the Council of 30 November 2009 on the conservation of wild birds*, p. 7–25

¹⁵⁰ Official Journal of the EU L 206, 22.7.1992, *Council Directive 92/43/EEC of 21 May 1992 on the conservation of natural habitats and of wild fauna and flora*, p. 7-50.

животне средине програм *LIFE+* (од 2007. до 2013. године)¹⁵¹, чије активности подржавају три компоненте: природу и диверзитет; политику и управљање и информације и комуникације. Од 1992. године, путем *LIFE* програма суфинансирано је око 3.954 пројекта широм ЕУ, при чему је учешће ЕУ износило приближно 3,1 млрд евра.¹⁵² Намењен је државном и приватном сектору из земаља чланица ЕУ, земаља ЕФТА, као и кандидатима и потенцијалним кандидатима за чланство у ЕУ. Карактеристично је да овај програм предвиђа коришћење симбола за идентификацију заштићених туристичких подручја, посебно упечатљивих у сеоском и приморском туризму. Србија је већ као потенцијални кандидат за чланство у ЕУ могла да користи овај програм, а сада и као кандидат.

Следећи програмски период *LIFE* програма је од 2014. до 2020. године, за који је предвиђен буџет од 3,4 млрд евра, с тим што ће се прогресивно смањивати националне алокације финансијских средстава до 2018. године, а прећи ће се на финансирање најбољих пројеката на нивоу ЕУ.

Активности у оквиру програма *LIFE*, могу бити усмерене у правцу заштите природе и биосфере, а у комбинацији са програмом *Natura 2000* намењен је успостављању мреже заштићених области (националних пракова, паркова природе, заштићених подручја, приобаља, и сл.), тј. заштита станишта и врста. Нпр. пријемом у чланство ЕУ, Мађарске, Словачке и Чешке Републике 2004. године, ова мрежа ЕУ се проширила на панонски регион, а уласком Румуније и Бугарске 2007. године на степски и црноморски регион (уз постојеће области: алпски, атлански, бореалски, континентални, макронезијски, медитерански), а циљ активности и даље сарадње у овим областима је да се очува богатство флоре и фауне, која се може користити у туризму у одговарајућим оквирима, али је неопходно да се успоставе адекватне мере за управљање овим подручјима.¹⁵³

Заштита и унапређење животне средине, суфинансира се и из више хоризонталних фондова, као што су Европски фонд за регионални развој, Европски социјални фонд, Европски аграрни фонд за рурални развој и Кохезиони фонд.

1.2.7. Програми развоја и заштите културног наслеђа Европе

Према извештају Евробарометра за 2009. годину, атрактивност са аспекта културе је други мотив европљана када се одлучују за одмор или смештај у једној дестинацији. Када би европски туристи морали да смање своју потрошњу током одмора, то би превасходно учинили на рачун ресторана и куповина, а ретко на рачун културних и забавних активности.¹⁵⁴

Претечама креирања политике у области културе ЕУ сматрају се UNESCO (Конвенција за заштиту културних добара у случају оружаних сукоба, Хаг, 1954.)¹⁵⁵

¹⁵¹ Official Journal of the EU L 149, 9.6.2007. - *Regulation (EC) No 614/2007, of the European Parliament and of the Council of 23 May 2007 concerning the Financial Instrument for the Environmental (LIFE+)*

¹⁵² European Commission: <http://ec.europa.eu/environment/life/index.htm>, на дан: 9.01.2014.

¹⁵³ European Commission, *Natura 2000*, June 2009, p. 3.

¹⁵⁴ Eurostat: *Pocketbooks, Cultural statistics*, Luxembourg, 2011, p. 163.

¹⁵⁵ UNESCO, *Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict with Regulation for the Execution of the Convention*, The Hague, 14 May 1954.

и Савет Европе (Европска конвенција о култури, Парис, 1954.)¹⁵⁶. Правна основа ЕУ у области ширења европског културног наслеђа налази се у основном акту ЕУ, тј. у члановима Уговора о ЕУ који се посебно односе на ову област. Наиме, Уговором из Мастрихта¹⁵⁷ додат је члан о сарадњи у области културе, чиме су активности у овој области добиле свој легитимитет. Уговором о ЕУ се подржавају активности везане за "боље познавање културе и историје европских народа, одржавање и очување културне баштине од европског значаја, културну размену некомерцијалног карактера, уметничко и књижевно стваралаштво, укључујући аудиовизуелну област" (чл.151)¹⁵⁸, садашњи члан 167. Уговора из Лисабона.¹⁵⁹

Први програм у области културе је био *Kaleidoskop* и имао је за циљ финансирање пројеката из домена: ликовне уметности, издаваштва, очувања архитектуре, заштите историјског наслеђа и сл.¹⁶⁰

Програм *Culture 2000* заменио је три програма:

- *Kaleidoscope (1996-1999)* - програм за уметничку и културну сарадњу;
- *Raphael (1997-1999)* – подршка за књиге и читање, укључујући превођење;
- *Ariane(1997-1999)* – допуна политика земаља чланица у области културног наслеђа, значајног за Европу.

Њихова практична реализација може се данас видети нпр. у рестаурираним и конзервираним споменицима од непроцењивог историјског значаја као што су Акропол и манастири на Атосу, Светој Гори, у Грчкој.

Од осталих многобројних актера који обогаћују културна дешавања у Европи треба поменити Европску фондацију за културу (*European Cultural Foundation* - ECF) – која је помогла око 1000 пројеката у 59 земаља, Балкански фонд за културу, те друге фондове који подржавају специфичне сегменте културе и уметности (позоришта, музеје, издаваштво, музичке догађаје, и сл.). Велики број земаља има и посебне организације за културно посредовање, као што су: British Council (Велика Британија), Instituto Cervantes (Шпанија), Goethe-Institut (Немачка) и Institut Francais (Француска).

Пројекат "Европска престоница културе" је пример интеграције културе и туризма, односно претварања културе у туристички производ. Резолуција о годишњем одржавању догађаја под називом "Европска престоница културе" донета је 1985. године. Ови догађаји су постали најпрестижнији у Европи, и имају значајан позитиван утицај на ширење културе и промовисање туризма различитих градова. У Заједничком ставу ЕЗ (бр. 47/98) усвојеном 1998. године од стране Савета ЕУ,¹⁶¹ утврђени су критеријуми за одржавање ове манифестације, а то су: промоција

¹⁵⁶ Council of Europe, *European Cultural Convention*, European Treaty Series – No.18, Paris, 19.12.1954.

¹⁵⁷ Уговор из Мастрихта потписан је 7. фебруара 1992, а ступио на снагу 1. јануара 1993. године.

¹⁵⁸ Лопандић Д, *Оснивачки уговори Европске уније*, Канцеларија за придруживање Србије и Црне Горе Европској унији, Европски покрет у Србији, Републичко министарство за економске везе са иностранством, Сектор за европске интеграције, Београд, 2003, стр. 133.

¹⁵⁹ Official Journal of the EU C 306/01, 17.12.2007. - Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community, signed at Lisbon, 13 December 2007

¹⁶⁰ Official Journal of the EU C 227/12, 17.08.1994. - *Programme 'Kaleidoscope Scheme'* Organized by the Commission of the European Communities — Conditions of participation.

¹⁶¹ Official Journal of the EU C 285, *COMMON POSITION (EC) No 47/98 adopted by the Council on 24 July 1998 with a view to the adoption of Decision No .../98/EC of the European Parliament and of the Council of ... establishing a Community action for the 'European Capital of Culture' event for the years 2005 to 2019*, 14.09.1998.

уметничких вредности које су имале практични значај у развоју градова; организовање разноврсних догађаја (фолклорне приредбе, позоришне представе, презентација ликовне уметности и слично); упознавање европске јавности са стварима и догађајима који су одредили историју и културу одређеног града; организовање специфичних активности усмерених на уметничке иновације и стварање нових форми културних активности и дијалога; доступност уметничких вредности и специфичности града. Специфични културни пројекти за омладину имају за циљ да подстакну омладину да се бави уметношћу. Од 2011. године, по два града из различитих земаља ЕУ су европске престонице културе у току једне године. Нова селекциона процедура уведена је Одлуком о Европској престоници културе 1622/2006/ЕС¹⁶². Упознавање јавности са овим догађајима одвија се путем аудиовизуелних средстава и мултијезичких приказа. Током годину дана «град домаћин» је средиште културних догађања и седиште светски познатих уметника, што привлачи туристе специфичних интереса. По истеку годину дана, град остаје уписан као средиште културног туризма, тако да и касније доноси промотивну и финансијску добит.¹⁶³

Табела бр. 3: Програми ЕУ у домену културе који промовишу туризам

ИЗВОРИ СРЕДСТАВА	ФОНДОВИ И ПРОГРАМИ	ОПИС
ЕУ, ЕФТА/ЕЕА, кандидати за чланство у ЕУ, земље Западног Балкана	Culture	- Промоција заједничког културног простора европских народа и подршка сарадњи између креативних уметника, радника у култури и институција културе држава чланица
Могу конкурисати и земље које нису чланице ЕУ	Европска престоница културе	- Годишњи догађај који промовише културно богатство и различитост европских градова, са нагласком на заједничко наслеђе и уметничку креативност
Земље потписнице Конвенције о европској култури	Дани европске баштине	- Догађај који проистиче из локалне иницијативе, а претпоставља стављење на увид културног блага и историјских објеката који су обично затворени за јавност

¹⁶² Official Journal of the EU L 304, 3/11/2006, *Decision No 1622/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 2006 establishing a Community action for the European Capital of Culture event for the years 2007 to 2019*, p. 1–6.

¹⁶³ Први домаћин манифестације «културна престоница Европе» је била Атина (1985. године), а потом Фиренца, Амстердам, Берлин, Париз, Гласгов, Даблин, Мадрид, Антверпен, Лисабон, Луксембург, Копенхаген, Солун, Штокхолм, Вајмар, Авињон, Берген, Болоња, Краков, Хелсинки, Праг, Рејкјавик, Сантијаго де Компостела, Ротердам, Порто, Саламанка, Грац и други градови – више од 40 градова.

„Дани европске баштине“¹⁶⁴ је иницијатива која се редовно организују од 1999. године, на локалном нивоу, уз подршку Европске комисије и Савета Европе. Сваке године више од 20 милиона људи имају приступ хиљадама ретко отворених места и јединствених догађаја, који се одржавају сваког септембра у 50 земаља широм Европе. Манифестација даје могућност да се обиђу историјске грађевине које су иначе затворене за јавност, али и такође да се учествује у културним догађајима који истичу локалне вештине и традицију, архитектуру и уметничке вредности. Сваке године, национални и регионални догађаји се организују око неке специјалне теме, које могу да буду различите од земље до земље, али да укључују: специфичне форме наслеђа (нпр. сеоске куће, музичке инструменте, кулинарску традицију, баштенску архитектуру, итд); одвојене периоде из историје (нпр. средњевековно наслеђе, барокно итд.); приступ друштвених група наслеђу (нпр. наслеђе и млади и сл). У Данима европске баштине учествују земље потписнице „Европске конвенције о култури“, међу којима је и Србија, отварањем на увид новог културног блага и историјских објеката, који су обично затворени за јавност.¹⁶⁵

Програм *Culture* има за циљ развој јединственог европског културног простора, кроз унапређење сарадње у области културе и уметности. Циљ програма је да културни програми постану интегрални део локалног планирања, као и општег плана туристичког развоја.¹⁶⁶ Програм укључује и манифестације које се одвијају под окриљем пројеката „Европска престоница културе“, „Дан европске баштине“, те друге манифестације и форуме са темом култура. Учесници програма су државне институције, привреда и други, али главни организатори културних догађаја су институти, асоцијације, фондације, универзитети и академије. Програм је отворен за земље чланице ЕУ, ЕФТА/ЕЕА (Лихтенштајн, Исланд и Норвешка), кандидати за пријем у ЕУ и земље Западног Балкана. Србија пуноправно учествује у програму од почетка 2008. године, након што је потписала Меморандум о разумевању.¹⁶⁷

Савет Европе је 1987. године покренуо програм „Путеви културе“ са циљем да покаже, путем груписања путовања кроз простор и време, како наслеђе различитих земаља и култура у Европи, доприноси заједничком културном наслеђу.¹⁶⁸ Путеве културе практично истичу фундаменталне принципе Савета

¹⁶⁴ Council of Europe, DGIV/PAT/JEP(2008)21, *Handbook on the European Heritage Days – A practical guide*, 13 March 2009, p. 7-13.

¹⁶⁵ Council of Europe, http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/heritage/ehd/Presentation_en.asp, Приступ: 04.04.2014.

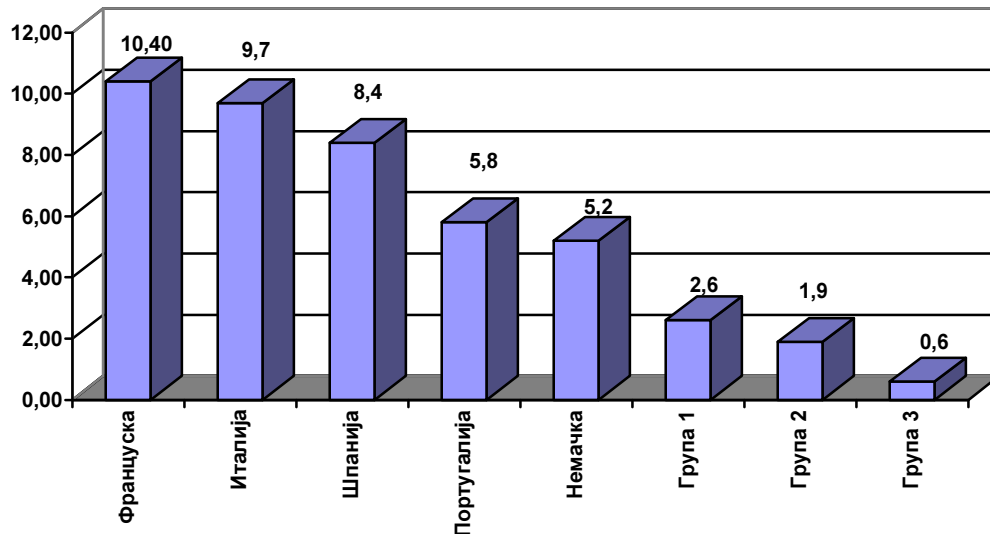
¹⁶⁶ Official Journal of the EU L 99, 3.04.2004. - *Decision No 626/2004/EC of the European Parliament and of the Council of 31 March 2004 amending Decision No 508/2000/EC establishing the Culture 2000 programme*

¹⁶⁷ Како се у свакој земљи учесници формирају посебни контакти задужени за информисање и подстицање учешћа у програмима, тако је у Србији за имплементацију, у периоду од 2007. до 2013. године, од стране министарства надлежног за културу и информисање, била задужена Канцеларија „Тачка културног контакта“. - Министарство културе и информисања Републике Србија, Тачка културног контакта, *Србија у култури, култура у Србији – Анализа учешћа Србије у програму Култура 2007/2013*, 2013.

¹⁶⁸ Комитет министара Савета Европе је у децембру 2010. године усвојио Резолуцију (Resolution CM/Res (2010)53) којим успоставља Проширени парцијални споразум за ближу сарадњу држава које су заинтересоване за развој Путава културе.

Европе, и то: људска права, демократију култура, културне разноликости и идентитет, дијалог, међусобну размену и обогаћивање изван граница и векова. Путеви културе данас броје 26 сертификоване руте.¹⁶⁹

Графикон бр. 1: Програм „Путеви културе“, учешће по земљама, 2011.¹⁷⁰



Извор: Dr. Kseniya Khovanova-Rubicondo “The Results of the 2010 Joint EC-COE Study on European Cultural Routes and its Importance for Cultural Tourism Development in Europe”, Conference “Cultural and religious Routes”, Pavia, Italy, 7 June 2012.

Напомена:

Група 1: Белгија, Чешка, Грчка, Норвешка, Пољска, Шведска, Швајцарска

Група 2: Алжир, Аустрија, Хрватска, Кипар, Либан, Мароко, Холандија, Словенија, Тунис

Група 3: Албанија, Аргентина, Арменија, Азербејџан, Белорусија, Бугарска, Данска, Естонија, Јордан, Литванија, Малта, Румунија, Русија, **Србија**, Словачка, Сирија, Турска, Украјина.

Последњих година повећава се учешће културе у структурним фондовима ЕУ. Само у програмском периоду од 2007. до 2013. године, учешће културе чини 1,7% укупног буџета Структурног фонда.¹⁷¹ Ови подаци не чуде, када се има у виду да културни туризам чини 40% глобалног туризма, да је све већи број празника који прослављају део неког историјског и културног наслеђа, да раст прихода и образовања стимулише управо оваква путовања, да је све више посета „догађајима“, да расте значај нематеријалног наслеђа, а нарочито да све више људи користи глобалне комуникационе мреже.

¹⁶⁹ Сертификоване руте се могу видети на дајту Савета Европе: Cultural Rutes of the Council of Europe: http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/routes/default_EN.asp?, на дан: 9.01.2014.

¹⁷⁰ Kseniya Khovanova-Rubicondo (and Project team), *Impact of European Cultural Routes on SMEs innovation and competitiveness*, Provisional edition, European Commission and Council of Europe, September 2010, p. 13.

¹⁷¹ European Commission, Culture and the Structural Funds, http://ec.europa.eu/culture/eu-funding/culture-and-the-structural-funds_en.htm, на дан: 9.01.2014.

С обзиром на успешност претходног, нови програм *Culture* у периоду од 2014. до 2020. године има за циљ с једне стране проширивање капацитета (објеката), знања, прилагођавање дигитализацији и слично, а са друге стране транснационалну размену и кретање књига, организовање догађаја, изложби и др.

Нови седмогодишњи оквирни програм програм Креативна Европа - *Creative Europe*, отпочео је 2014. године, а у свом саставу обједињује програме: *Culture*, MEDIA, MEDIA Mundus (програм MEDIA се односи на аудиовизуелну индустрију). Програм Креативна Европа је заснован на успеху поменутих програма из претходних програмских периода, и додатно је прилагођен будућим потребама. Циљ је јачање пограничне сарадње, унутар ЕУ и шире. За програма Креативна Европа биће издвојена средства у висини од 4% БДП ЕУ, те подржано више од 8 милиона радних места, а највише користи ће имати култура, филм, телевизија, музика, извођачка уметност, баштина, те остала везана подручја.¹⁷² Подршку у оквиру овог програма ће имати Европска престоница културе, ознака европске баштине, Дани европске баштине и пет европских награда: награда ЕУ за културну баштину - Europa Nostra, награда ЕУ за савремену архитектуру, награда ЕУ за књижевност, награда European Breakers Awards и Prix MEDIA.¹⁷³

1.2.8. Програми запошљавања у туризму

Активности ЕУ у домену запошљавања и социјалне политике одвијају се кроз нови програм *Progress*¹⁷⁴, који финансијски подржава задатке Лисабонске агенде - више посла и јача социјална кохезија. Програм је комплеметаран са Европским социјалним фондом (ESF). Примењује се кроз три врсте активности: аналитичке активности, заједничко учење и информативне кампање. Србија учествује у одређеном броју активности, с обзиром да је програм намењен чланицама ЕУ, земљама ЕФТА/ЕЕА и земљама кандидатима и потенцијалним кандидатима за чланство у ЕУ.

Суштина програма *Progress* је да је отворен за све секторе и туристичке пројекте, како би се побољшало запошљавање (и реализовала Европска стратегија запошљавања), социјална заштита и инклузија, услови на радном месту, (унапредили услови на радном месту и услови рада) и подржала начела равноправности полова. Програм се темељи на транснационалној сарадњи и великом броју тематских поља, која су у директној вези са европском стратегијом запошљавања.

EU Skills Panorama (EUSP) је пројекат који инвестира у вештине, пружа податке и информације како унапредити капацитете за процену способности и предвиђање потребних вештина; побољшање система образовања и обуке; и

¹⁷² Bruell Cornelia, *Creative Europe 2014-2020, A new programme – a new cultural policy as well?*, Institut für Aslandsbeziehungen e.V., Stuttgart and Berlin, 2013.p. 17.

¹⁷³ European Commission, Press Release, *One trillion euro to invest in Europe's future – the EU's budget framework 2014-2020*, Brussels, 19 November 2013, p. 3-4.

¹⁷⁴ Official Journal of the EU L 315, 15.11.2006. – *Decision No 1672/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 2006 establishing a Community Programme for Employment and Social Solidarity - Progress*

усклађивање понуде и тражње радне снаге у Европи.¹⁷⁵ *Panorama* није завршен пројекат, јер је предвиђено да се прилагођава потребама понуде и тражње, али ће Европска комисија (Генерални директорат за образовање, културу и запошљавање) сарађивати са Европским центром за развој стручног образовања (CEDEFOP) да би се тај циљ и постигао. Наравно, овим програмом су обухваћене вештине и компетенције потребне у туристичком сектору. Комисија ЕУ је одлучила да и даље настави развија овај пројекат као средство за побољшано праћење потребних вештина и смањење неусклађености понуде и потражње за радном снагом.¹⁷⁶

EURES (Европска служба за запошљавање) је мрежа за сарадњу, дизајнирана да олакша слободно кретање радника унутар европског економског простора, укључујући и Швајцарску. *EURES* је специјализована база података за потребе тржишта рада, али и мрежа која поседује 850 саветника који су у контакту са тражиоцима посла и послодавцима широм Европе. Успостављена је 1993. године, али се и даље планира њено јачање (од 2013. на даље). *EURES* координира Европска комисија, а у мрежи су укључене службе за запошљавање ЕЕА (земље ЕУ плус Норвешка, Исланд и Лихтенштајн), синдикати и удружења послодаваца. Програм има практични значај за туризам имајући у виду традиционалну (сезонску) мобилност радника овог сектора. Активности на националном и прекограничном нивоу ће се финансирати из Европског социјалног фонда. На овај начин се помаже укидању регионалних или националних баријера при циркулацији радне снаге и промовише рад у туризму, посебно код земаља које међусобно граниче. Од укупног броја послова који се могу наћи у овој бази података око 15% се односи на туризам. Буџет *EURES* ће у остати око 20 милиона евра годишње, али ће се повећати буџет за програм „Ваш први *EURES* посао“ који ће од 2014. године бити 10 милиона евра годишње.¹⁷⁷

1.2.9. Промоција / оглашавање / аудио-визуелна индустрија

Аудиовизуелни сектор запошљава преко милион људи у ЕУ. Аудиовизуелну и медијску политику ЕУ спроводи на четири начина, и то путем: регулаторног оквира, програма (*Media*), других мера (нпр. медијски плурализам) и акција изван ЕУ.

Програм *Media*¹⁷⁸ (покренут је још 1991. године), намењен је јачању аудио-визуелне индустрије, тако да се европске културне вредности учине доступним и конкуретним у светским оквирима. Шири циљеви су очување и јачање европске културне разноликости, те њене филмске и аудиовизуелне баштине, као и промовисање сарадње унутар сектора и привлачење приватних инвестиција и стимулација употребе дигиталних технологија. Активности обухватају обуку стручњака, развој и дистрибуцију филмске продукције и аудиовизуелних дела и

¹⁷⁵ EU skills Panorama: <http://euskills panorama.cedefop.europa.eu/>, Приступ: 04.04.2014.

¹⁷⁶ European Commission, Press Release, *Commission launches EU Skills Panorama to tackle skills mismatches*, Brussels, 7 December 2012.

¹⁷⁷ *Q&A on the legislative package of EU regional, employment and social policy for 2014-2020*, Brussels, 06.October 2011, MEMO/11/663, p. 10

¹⁷⁸ European Commission, *Media Mundus – 2012 Europe Joins forces with the global film industry*, 2012, p.5-9.

пилот пројекти. Значај програма *Media* у туризму се огледа у промоцији туристичких дестинација путем продукције на хиљаде филмова сваке године, укључујући игрane и документарне филмове, спотове и остали пропагандни материјал. Програм помаже финансирање обуке за младе, али и активности редитеља, нове технологије и нове платформе за испоруку свих врста аудио-визуелних садржаја. Програм даје значајну подршку разноликости култура и разумевању прекограничних култура, кроз медије, укључујући близу стотину европских филмских фестивала. У програму учествује 35 земаља (чланице ЕУ, ЕФТА, Хрватска и Швајцарска), друге земље могу да се прикључе накнадно, зависно од преговора са Европском комисијом. Средства за програм *Media 2007-2013*¹⁷⁹ износила су 775 милиона евра. Учешће у програму је могуће и за земље кандидате за чланство у ЕУ, земље које су у некој од фаза процеса приступања ЕУ (политика европске прекограничне сарадње) и остале не-Европске треће земље – под одређеним условима, зависи у ком је од наведених статуса земља.

Путем *Media Mundus* програма, који је стартовао 2011. године, одобрена су средства у износу од 15 милиона евра, и то за: 36 пројеката у 2011. години, 35 у 2012. и 27 у 2013. години).¹⁸⁰ Циљ пројекта је партнерство између европских филмских стваралаца и њихових колега широм света, у области обуке, приступа тржишту, дистрибуцији, што значи да морају заједнички да подносе захтеве за финансирање пројеката, а када добију пројекте, и да их заједно реализују.

Media Literacy тј. медијска писменост, је програм који истражује како да грађани имају могућност већег избора и бољег приступа свим формама медија. Медијска писменост се односи на све медије, укључујући телевизију и филм, радио и снимљену музику, штампане медије, интернет и друге нове дигиталне комуникационе технологије.¹⁸¹

Од 2014. године, програми *Media 2007* и *Media Mundus* постали су део новог Оквирног програма за културу и креативне секторе – Креативна Европа (*Creative Europe*)¹⁸², који је планиран за период од 2014. до 2020. године са планираним буџетом од 1,8 млрд. евра.

¹⁷⁹ Official Journal of the EU L 327, 24.11.2006. – *Decision No 1718/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 15 November 2006 concerning the implementation of a programme of support for the European audiovisual sector (MEDIA 2007)*

¹⁸⁰ European Commission, Media programme - Media Mundus – Results: http://ec.europa.eu/culture/media/fundings/media-mundus/results_en.htm

¹⁸¹ European Commission, Media Literacy – Fact sheet on Media Literacy, 2009, p. 1-2.

¹⁸² Official Journal of the EU COM(2011) 786/2 – *Creative Europe – A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014/2020)*

1.3. Фондови Европске уније за финансирање програма из области туризма

Досадашња европска пракса је показала да постоје бројне могућности за финансирање туристичких пројеката, нарочито путем структурних фондова ЕУ.

Фондови ЕУ се формирају за ограничен временски период, тј. док се не изврши пројекат за који су одобрена средства. Средства фондова која се не потроше током једне године преносе се за исту намену у наредну годину.

Управљање финансијским средствима се врши централизовано, од стране Европске комисије као извршног органа ЕУ. У складу с циљевима и потребама, те на бази редовне контроле коришћења финансијских средстава, фондови се реформишу, а процедуре настоје поједноставити и учинити што ефикаснијим.

Оквирна намена финансијских средства фондова дефинисана је Уговором о ЕУ, и она су опште посматрано, усмерена су на остваривање следећих циљева:¹⁸³

- помоћ неразвијеним регионима;
- реструктурирање региона озбиљно угрожени индустријском кризом;
- борба против дугорочне незапослености, олакшавање интеграције младих, укључивање на тржиште рада, подстицање једнаких услова запошљавања жена и мушкараца на тржишту рада;
- прилагођавање радне снаге (усавршавање) у складу са променама у индустрији и производњи;
- помоћ реструктурирању пољопривреде и рибарства; и подстицање развоја неразвијених подручја;
- помоћ слабо насељеним регијама.

Средства ЕУ су јавна средства пореских обвезника ЕУ, а тзв. грантови - бесповратна средства, намењени су општем добру, а не остваривању профита. Средствима се могу развијати унутрашњи капацитети предузећа, у смислу образовања запослених, модернизације пословања и слично, с циљем постизања конкурентности на тржишту.

Основна намена структурних фондова је финансирање јавних потреба, као нпр. регионалног развоја, изградње путева, социјалне политике, и др. Намена фондова је остваривање економске и социјалне кохезије у ЕУ, запошљавање свих социјалних категорија, смањивање разлика између развијених и слабо развијених региона. Поред структурних фондова постоји и кохезиони фондови, намењен само земљама чланицама ЕУ чији је ВВП по становнику мањи од 90% просека Заједнице. *Европска комисија* детаљно дефинише (уредбом) правила управљања финансијским инструментима политичке кохезије, тј. структурним и кохезионим фондом.¹⁸⁴ До сада је стотине хиљада економских и развојних пројеката урађено уз помоћ средстава Структурног и Кохезионог фонда. Структурни и кохезиони

¹⁸³ Official Journal of the EU, C 306, Volume 50, 17 December 2007: Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community, signed at Lisbon, 13 December 2007.

¹⁸⁴ На пример, за период од 2007. до 2013. године, важила је следећа Уредба Комисије ЕУ: Official Journal of the EU L 371, 27.12.2006. - *Commission Regulation (EC) No 1828/2006 of 8 December 2006 setting out rules for the implementation of Council Regulation (EC) No 1083/2006 laying down general provisions on the European Regional Development Fund, the European Social Fund and the Cohesion Fund and of Regulation (EC) No 1080/2006 of the European Parliament and the Council on the European Regional Development Fund.*

фондови чине око трећине буџета ЕУ. Специфично у туризму су на располагању: Европски фонд за регионални развој – ERDF; Европски социјални фонд – ESF; нови Европски пољопривредни фонд за рурални развој – EAFRD и Европски фонд за рибарство – EFF.¹⁸⁵ Европски Парламент, Савет и Комисија, кљични су комунирарни органи одговорни за усвајање буџета ЕУ,¹⁸⁶ па самим тим и поменутих фондова, који су саставни део буџета. Комисија «извршава буџет и управља програмима» (члан 9Д Уговора из Лисабона).¹⁸⁷

Табела бр. 4: Структурни фондови ЕУ који се користе у туризму

Назив Фонда / иницијативе	Намена
- Европски фонд за регионални развој - ERDF	- Финансијска помоћ за смањивање регионалних разлика (промовисањем инвестиција приватног и јавног сектора)
- Европски пољопривредни фонд за рурални развој – EAFRD	- Подршка побољшању: пољопривредне производње и производа; окружења и села; туристичких активности; и студија и инвестиција у вези наслеђа из области културе.
EAFRD заменио је EAGGF: - Европски фонд за унапређење пољопривреде – EAGGF	- Помоћ за прилагођавање пољопривредне структуре, развој села и подстицаји економији
- Европски социјални фонд - ESF	- Финансијски инструменти за промоцију запошљавања и развоја људских ресурса
- Европски фонд за рибарство – EFF	- Финансијска помоћ за Заједничку политику рибарства и неопходну реформу сектора
EFF заменио је FIFG: - Фонд за развој рибарства – FIFG	- Структурне мере у лову, маркетингу, производним и воденим секторима, стварање заштићених зона од марина у обалним водама и развој инфраструктуре за луке

Извор: European Commission, *Investing in our future - The European Union's Financial Framework 2007-2013*, June 2010; European Commission, *European Union - Public Finance*, 4th Edition, 2008, p. 35-73, 179, 195, 270.

¹⁸⁵ European Commission, *European Union - Public Finance*, 4th Edition, 2008, p. 35-73

¹⁸⁶ Гасми Гордана, *Право и институције Европске уније*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010, стр. 105.

¹⁸⁷ Official Journal of the EU, C 306, Volume 50, 17 December 2007: Treaty of Lisabon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community, signet at Lisabon, 13 December 2007.

1.3.1. Структурни фондови

Средства структурних фондова имају за циљ „јачање економске, социјалне и територијалне кохезије ЕУ“, а нарочито „смањење разлика у степену развијености различитих региона као и заостајање најмање развијених региона“. Посебна пажња поклања се „руралним областима, областима захваћеним индустријском транзицијом и регионима које су изложени озбиљним и трајним природним и демографским потешкоћама...“, према члану 158. Уговора из Лисабона.¹⁸⁸

Финансијска помоћ структурних фондова усмерава се за различите политике и програме (као што су заштита потрошача, животне средине, развој саобраћаја и слично), према одређеним циљевима, и то:¹⁸⁹

- циљ 1: помоћ најслабије развијеним регионима (регионима чији је ВВП мањи од 75% просека ЕУ);

- циљ 2: помоћ за реструктуирање региона који су у тешкој ситуацији због пропадања индустрије, као и помоћ развоју најмање развијених сеоских региона;

- циљ 3: додатна подручја – подршка прилагођавању и модернизацији политика и система образовања, обучавања и запошљавања.

Сви наведени циљеви у збиру учествују са 80% у заједничкој кредитној политици.

Туристички сектор заузима важно место у плановима регионалног развоја, због могућности ширења активности на друге привредне делатности, а тиме се неразвијеним регионима, уколико имају туристички потенцијал, отварају могућности за развој. *Туризам учествује* нпр. у регионалном економском развоју, развоју тржишта радне снаге, модернизацији инфраструктуре, развоју села и подстицању економских активности у сеоским подручјима, и др.¹⁹⁰

Већи део средстава структурних фондова намењен је државама чланицама ЕУ, а *приоритет* је на побољшању квалитета туристичке понуде, смањивању последица сезоналности туризма, развоју туризма захваљујући бољем коришћењу културног наслеђа Европе, развоју сеоског туризма и промоцији туристичког образовања/усавршавања.

Већина осталих финансијских иницијатива намењена је прекограничној, транснационалној и међурегионалној сарадњи; економском и социјалном опоравку градова; те развоју села и развоју људских потенцијала. Развој туризма Европе је практично подстакнут иницијативама ЕУ.

1) Европски фонд за регионални развој - ERDF установљен је 1975. године, доприноси исправљању главних регионалних неједнакости у ЕУ учешћем у развоју и структурном прилагођавању региона који заостају у привредном развоју као и преобраћању индустријских региона са превазиђеном привредном структуром. Финансијска помоћ ERDF усмерена је на мала и средња предузећа

¹⁸⁸ Official Journal of the EU, C 306, Volume 50, 17 December 2007: Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community, signed at Lisbon, 13 December 2007.

¹⁸⁹ European Commission, *European Union - Public Finance*, 4th Edition, 2008, p. 76

¹⁹⁰ European Commission, *Finance support for Tourism and Commerce in Luxembourg, Making best use of european money*, 2003.

(креирању одрживих радних места), промоцију продуктивних туристичких сегмената, побољшање инфраструктуре (везане за истраживање и иновације, телекомуникације, окружење, енергију и транспорт) и развој сиромашних регија.¹⁹¹

ERDF је највећи извор средстава за програме развоја туризма.¹⁹² Помоћ Фонда у туризму укључује изградњу и реновирање хотела, развој туристичке инфраструктуре (голф терени, конференцијски центри), рестаурацију културног наслеђа, промоцију сеоског туризма, подршку оснивању и раду малих и средњих предузећа. ERDF је намењен смањењу разлика у развијености региона, према циљевима 1. и 2. структурног фонда ЕУ. Приоритет имају национални пројекти, и то у зависности од фреквентности региона.

2) Европски пољопривредни фонд за рурални развој – EAFRD намењен је побољшању квалитета пољопривредних производа и руралног окружења, и охрабривању туризма, као начину диверзификације руралне економије. Основна идеја водила је да је потребно подржати и друге активности, не само пољопривредне, а посебно туризам, кроз промоцију туризма, оснивање и развијање микро-послова, развој и управљање природним наслеђем које доприноси одрживом економском развоју. Коришћење EAFRD дефинисано је кроз стратешки оквир Заједнице о развоју села и циљеве, а то су: јачање ЕУ руралне развојне политике и поједностављивање њеног спровођења.¹⁹³

Од 1. јануара 2007. године, EAFRD и Европски пољопривредни гарантни фонд, заменили су Европски фонд за развој и гаранције у пољопривреди – EAGGF. Циљ EAGGF је био такође финансирање заједничке пољопривредне политике држава чланица ЕУ, односно развој села, помоћ тржишту и структурна побољшања. Досадашњи пројекти који су помагали туризам били су усмерени ка планинском туризму, приморском туризму, стварању услова за водене спортове на рекама и развоју туризма на фармама. Остала финансијска улагања, која су предузимана из овог фонда индиректно су утицала на развој сеоског туризма, односно обнову и развој села, заштиту и очување сеоског наслеђа, заштиту природног окружења, ширење знања, размену искуства и резултата сеоског развоја, као и производњу и промоцију пољопривредних производа.

3) Европски социјални фонд – ESF основан је да би се повећале могућности запошљавања радника на унутрашњем тржишту ЕУ и на тај начин допринело подизању животног стандарда, а данашња примена подразумева и поштовање Европске стратегије запошљавања.¹⁹⁴

¹⁹¹ Regulation (EC) No 1080/2006 of the European Parliament and of the Council of 5 July 2006 on the European Regional Development Fund and repealing Regulation (EC) No 1783/1999

¹⁹² Видети документ: EU Commission: *The Structural Funds and their coordination with the Cohesion Fund: Draft guidance for programmes in the period 2000-06*. Working paper of the Commission, SEC (99) 103 final., 3.02.1999.

¹⁹³ Official Journal of the EU L 277, 21.10.2005. - *Council Regulation (EC) No 1698/2005 of 20 September 2006 on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD)*

¹⁹⁴ Regulation (EC) No 1081/2006 of the European Parliament and of the Council of 5 July 2006 on the European Social Fund and repealing Regulation (EC) No 1784/1999

Циљ ESF у области туризма је да отвара нова радна места, унапреди кадровску структуру и повећа географску и професионалну покретљивост.

Из Фонда се финансирају програми професионалне обуке, преквалификације радника, стицања радног искуства у неким од градова Уније, запошљавање консултаната за помоћ у реализацији одређених пројеката или у истраживачким пословима, помоћ запосленим и бригу о деци, развој и побољшање система обуке унутар компанија, као и истраживачке пројекте који помажу планирање будућих потреба за радном снагом. Ове акције су усмерене практично на незапослену омладину, незапослене у дужем временском периоду и социјално угрожене слојеве становништва. Програме планирају државе чланице заједно са Европском Комисијом, а примењују се уз помоћ и сарадњу великог броја организација (јавних и приватних).

Све наведене активности, у туристичком сектору, имају још израженији значај, посебно у смислу запошљавања сезонске радне снаге и њиховом задржавању и обуци у вансезонском периоду, развоја људских ресурса и помоћи при запошљавању. Из овог Фонда се финансира 2. и 3. циљ Структурног фонда ЕУ.

4) Европски фонд за рибарство – EFF¹⁹⁵ је од 2007. године заменио претходни инструмент намењен за подршку рибарству тзв. Фонд за развој рибарства – FIFG. Нови Фонд – EFF има акценат на одрживости, оперативне процедуре су поједностављене, а прилагођен је потребама проширеног чланства ЕУ. Како и код осталих структурних фондова, ЕУ финансирање не може бити једнострано од стране ЕУ, него само као допуна националном, регионалном или локалном финансирању. Иначе, многе активности су наставак праксе FIFG. Фонд за развој рибарства – FIFG, установљен је 1993. године ради финансирања пројеката модернизације капацитета за рибарство (изузетно развијеном сектору ЕУ, посебно у Шведској, Финској и Ирској), али и унапређење производње и маркетинга рибарских производа. Овај Фонд је био у функцији од 1994. до 2006. године.¹⁹⁶

Средства фонда се углавном користе за обална подручја, односно различите активности и мере нпр. стварање заштићених зона - марина у обалним водама, развој инфраструктуре за луке, побољшање маркетинга региона и слично. Пројекти из области туризма, који се покривају средствима овог Фонда, односе се на циљ 1 структурног фонда (тј. регионални економски развој).

1.3.2. Кохезиони фондови

Кохезиони фонд је установљен 1993. године¹⁹⁷ Споразумом из Мастрихта са намером да помогне јачању економске и социјалне кохезије, да најмање развијеним

¹⁹⁵ Успостављен је за програмски период 2007-2013. Уредбом о EFF: Council Regulation (EC) No 1198/2006 of 27 July 2006 on the European Fisheries Fund. Детаљије о функционисању регулисано је документом: Commission Regulation (EC) No 498/2007 of 26 March 2007 laying down detailed rules for the implementation of Council Regulation (EC) No 198/2006 on the European Fisheries Fund.

¹⁹⁶ Official Journal of the EEC L 193, 31.7.1993, Council Regulations: 2080/93, 2081/93, 2082/93, 2083/93, 2084/93, 2085/93. – Напомена: 1993. године је усвојено 6 регулатива о Фонду FIFG.

¹⁹⁷ Official Journal L 130, 25.5.1994. - Council Regulation (EC) No 1164/94 of 16 May 1994.

земљама чланицама ЕУ омогући испуњење критеријума економске и монетарне уније, односно да смањи разлике у развијености националних привреда унутар ЕУ. Финансијски допринос Фонда огледа се у реализацији пројеката из две области: животне средине, транспорта и трансевропских мрежа саобраћајне инфраструктуре.¹⁹⁸

Тиме Фонд на индиректан начин финансира развој туризма. Велики број јавних и мањи број приватних инвестиционих пројеката налази помоћ у овом Фонду.

Кохезиони фонд ће, и у новом програмском периоду од 2014. до 2020. године, моћи искључиво да користе „државе чланице ЕУ чији је ВНР по глави становника мањи од 90% просека ВНР Европске уније приликом улагања у заштиту животне средине и Транс-европске транспортне мреже – ТЕН“¹⁹⁹. Део средстава из Кохезионог фонда биће издвојен за финансирање транспортних мрежа у оквиру новог Инструмента за повезивање Европе. У периоду од 2007. до 2013. године, средства Фонда могла су да користе следеће земље: Бугарска, Кипар, Чешка Република, Естонија, Грчка, Мађарска, Латвија, Литванија, Малта, Пољска, Португалија, Румунија, Словачка и Словенија. Шпанија је имала право на фазни (транзициони) приступ Фонду, само ако је ВНР по становнику мањи од просека ЕУ-15. До проширења ЕУ 2004. године, средства су могле да користиле само 4 земље: Шпанија, Грчка, Ирска и Португал, јер су испуњавале поменути економски критеријум.

За добијање средстава Фонда потребно је да јавни пројекти испуњавају један од следећа два услова:²⁰⁰

1. Да су пројекти везани за окружење, према циљевима дефинисаним Споразумом из Мастрихта и Петим акционим програмом конзервације, заштите и побољшања квалитета окружења, заштите здравља људи и опрезно и рационално коришћење природних ресурса.
2. Да се ради о пројектима транспортне инфраструктуре, односно пројектима изградње и развоја транспортне инфраструктуре унутар Транс-европске транспортне мреже - ТЕН.

Између ове две намене средстава, настоји се утврдити финансијски баланс, тако што се средства користе по 50% за сваку намену.

Кохезионом фонду годишње се додељује 3% годишњих расхода ЕУ. Средства се додају пројектима чија минимална вредност износи 5 милиона евра. Суфинансирање се углавном креће између 15% и 20%, а да би се овај критеријум задовољио, могуће је повезати више локалних или регионалних јединица у један пројекат. Укупан износ средстава којима је располагао Кохезиони фонд у периоду од 2007. до 2013. године је 69,96 млрд евра.²⁰¹

¹⁹⁸ European Commission, *European Union - Public Finance*, 4th Edition, 2008, p. 52.

¹⁹⁹ Europska unija, *Kohезijska политика 2014-2020, Ulaganje u rast i radna mjesta*, Ured за publikacije Europske уније, 2011, str. 6.

²⁰⁰ Council Regulation (EC) No 1084/2006 of 11 July 2006 establishing a Cohesion Fund and repealing Regulation (EC) No 1164/94; European Commission, *European Union - Public Finance*, 4th Edition, 2008, p. 261

²⁰¹ European Commission, *Beginners' Guide to EU Funding: Overview of the financial rules and funding opportunities 2007-13*, 2012, p.34.

Европски развојни фонд – EDF основан је 1957. године и подржава следеће области сарадње: економски развој, социјални развој и развој људских ресурса, регионалну сарадњу и интеграције у земљама Африке, Кариба и Пацифика. Унутар ове мреже договарају се привредни и социјални инвестициони пројекти. Намена EDF је да подржи туристичку привреду и помогне поједине сегменте туризма (нпр. еко-туризам). Средства EDF се увек одобравају на петогодишњи период, те је нпр. 10. програмски период дефинисан од 2008. до 2013. године.²⁰²

Европски инвестицијски фонд – EIF је водећа европска институција за ризична финансирања предузетништва и иновација широм Европе. EIF је основан 1994. године, а седиште је у Бриселу.²⁰³

Највећи акционар EIF је Европска инвестицијска банка са учешћем од 62,1%, затим ЕУ коју заступа Европска Комисија са 30%, док преосталих 7,9% представља учешће 24 финансијске институције из 15 земаља чланица ЕУ, укључујући Турску и Хрватску (према подацима из јуна 2012. године).²⁰⁴ Финансијска средства се путем посредника и државних институција стављају на располагање: банкама, лизинг компанијама, гарантним фондовима и институцијама, итд. Постоји широк спектар финансијских решења која нуди EIF (нпр. гаранције, инструменте за подстицајно кредитирање, микрофинансирање). Сарађује са банкама и другим осигуравајућим институцијама у прикупљању финансијских средстава за активности малих и средњих предузећа, подстиче различите облике улагања у предузећа, даје гаранције на зајмове за улагања у пројекте развоја, и друго.

Улагање капитала усмерено је искључиво кроз фондове, а намена им је подстицај улагања у раст и развој мањих предузећа, подршку професионалном менаџменту и маркетингу, те пословању под једнаким условима.

Као облик јавно-приватног партнерства и као допуна банкарском сектору, EIF учествује у ризику, на комерцијалној основи у сарадњи са осталим финансијским институцијама. Имајући у виду да је циљ Фонда промоција развоја малих и средњих предузећа (SME), са адекватним финансијским средствима, главне активности EIF су:²⁰⁵

1. Обезбеђивање гаранција, код финансијских институција, за подршку средњорочним и дугорочним инвестицијама. EIF обезбеђује парцијалне гаранције на зајмове за SME, а резултат су јефтинији зајмови и једноставнији за примену.
2. Инвестирање у специјализоване заједничке капиталне фондове који помажу развој технолошки оријентисаног пословања. Од 1996. године, EIF учествује у привлачењу специјализованих предузећа која могу да улажу капитал у SME.
3. Почетна технолошка средства и гарантна средства малих и средњих предузећа, служе за обезбеђивање ризичног капитала малим пословима и да увећавају

²⁰² European Commission, *European Union - Public Finance*, 4th Edition, 2008, p. 371-377

²⁰³ Поповчић-Аврић С, Видас-Бубања М, *Међународна економија*, Завод за уџбенике: Факултет за економију, финансије и администрацију, Београд, 2009, стр. 441.

²⁰⁴ EIF: <http://eif.org>, на дан: 16.01.2013.

²⁰⁵ EIF, "*EIF support for small and medium-sized enterprises (SMEs)*", 07/2013.

могућност финансирања дугова малих фирми које креирају велики број послова.

У основи, финансијска средства су намењена свим секторима, а тиме и пројектима из области туризма, који испуњавају поменуте услове. Финансирање везано за туризам, односи се на заштиту окружења и креирање нових радних места. Приоритет имају мала и средња предузећа са око стотину запослених радника. EIF се бави и финансирањем инфраструктуре у циљу помоћи изградње транс-европске мреже за транспорт, телекомуникације и енергију.

Крајем 2012. године, кредитни портфолио за гаранције, износио је укупно преко 4,8 млрд евра за близу 255 операција, позиционирајући EIF као водећег европског гаранта у микрофинансирању.²⁰⁶

²⁰⁶ Helmut Kraemer-Eis, Frank Lang, Salome Gvetadze – EIF, *European Small Business Finance Outlook*, December 2013, p. 82.

1.4. Институције Европске уније значајне за развој туризма

1.4.1. Европска туристичка комисија (ETC)

Европска туристичка комисија - ЕТС (енгл. *European Travel Commission*) је непрофитна организација са седиштем у Бриселу (Белгији), чији је основни циљ да привуче посетиоце из преко-океанских земаља: САД, Канаде, Латинске Америке (Мексика, Бразила, Аргентине), Јапана и Аустралије, у Европу. Стратегију, програм рада и активност ЕТС одређује управљачко тело које чини Одбор директора, састављен од: председника ЕТС, потпредседника (3) и чланова одбора: седам сталних (Аустрија, Немачка, Италија, Велика Британија, Белгија, Француска и Шпанија) и седам ротирајућих чланова.

Графикон бр. 2: Чланице ЕТС (националне туристичке организације)



Извор: ETC, *Presentation on the work of the European Travel Commission*, 16 December 2012.

Почела је са радом 1948. године у Норвешкој, а основана је од стране 19 земаља. Њихов заједнички циљ био је промоција туризма током ревитализације европске привреде након Другог светског рата. Источноевропске земље, чланице тадашње Међународне уније званичних туристичких организација – IUOTO, су позване да се прикључе Комисији као оснивачи, али оне то нису прихватиле, делом из политичких разлога. Немачка, Југославија, Малта и Кипар придружиле су се Комисији неколико година касније. Данас, ЕТС чине 33 националне туристичке

организације (НТО), међу којима је и Туристичка организација Србије, која је постала члан 03.10.2006. године.²⁰⁷ Значај ЕТС за Србију је све већи, како због обраде података о прекоокеанским тржиштима, маркетиншких активности, тако и због промоције наше туристичке понуде. Право на пуноправно чланство у ЕТС имају све НТО суверених европских држава.

На самом почетку рада, ЕТС је имала помоћ САД, односно спонзорисана је из средстава Маршаловог плана, и одиграла је важну улогу у обнови европског туризма у послератном периоду. Иако је од оснивања ове организације светско туристичко пословање доживело значајне промене, кључни задатак ЕТС није се променио, а то је да промовише Европу као туристичку дестинацију на другим тржиштима.²⁰⁸

ЕТС се финансира из контрибуција (доприноса) држава чланица, које се израчунавају према договореним правилима. Додатна финансијска средства за подршку специфичним кампањама обезбеђују се из пословања у прекоморским земљама.²⁰⁹ Локална привреда такође помаже активности ЕТС, што је доказ кредибилитета ове организације на терену.

Основне активности ЕТС усмерене су на јачање одрживог развоја Европе као туристичке дестинације, раст конкурентности (прикупљањем и разменом знања између држава чланица, лобирањем) и успостављање професионалне маркетинг платформе за успешну промоцију држава чланица на далеким тржиштима. То се постиже преношењем искустава и добре праксе (на друге земље), добром комуникацијом (кроз семинаре, конференције, итд.), тржишном промоцијом, оглашавањем, истраживањем синергије у области медија и информативне технологије, успостављањем и подржавањем блиских односа (организовањем форума директора и сталних видова сарадње) са другим међународним организацијама, што има посебну тежину, с обзиром да ЕТС игра важну улогу у доношењу одлука и мера везаних за туризам. Представници НТО који раде у различитим прекоморским земљама - заједно одлучују о програму промоције Европе за наредну годину, висини буџета и могућностима локалне помоћи од стране привреде.²¹⁰

ЕТС ће се, у складу са актуелним трендовима, у даљим активности фокусирати на тржишта у развоју, а посебно на пословање у Кини.²¹¹ У том смислу, сарадња Европљана има за последицу акумулирање користи од јединственог имиџа и брэнда Европе, што ЕТС детаљно истражује и настоји максимално да искористи. Поред тога, свака оперативна група ЕТС, која тренутно послује у САД, Бразилу, Канади и Кини (Кини од 2011. године),²¹² може ангажовати агенције за односе са јавношћу, чиме се оперативни трошкови ЕТС снижавају на минимум, па се највећи део средстава ЕТС може одвојити за активности у прекоморским државама.

²⁰⁷ European Travel Commission, *ETC Factsheet*, November 2012.

²⁰⁸ European Travel Commission, *60 Years of Joint Action 1948-2008*, 14. October 2012, p. 4.

²⁰⁹ European Travel Commission, *ETC Annual Report 2009*, ETC, 2010, p.28

²¹⁰ European Travel Commission, *Presentation on the work of the European Travel Commission*, 16 December 2012.

²¹¹ European Travel Commission, <http://www.etc-corporate.org/about-etc>, на дан: 10.9.2013.

²¹² У периоду од 1974. до 2010. године једна од оперативних група је била у Јапану, па је замењена Кином од 2011. године.

ЕТС настоји да интензивира сарадњу са ЕУ, UNWTO, Маркетингом европских градова - *ЕСМ (European Cities Marketing)* и другим организацијама у циљу развијања синергије и позиционирања ове организације као гласа европског туризма.

Сарадња која је постојала између ЕТС и IUOTO није прекидана ни 1975. године, када је IUOTO постала UNWTO. ЕТС је придружени члан UNWTO. Иначе, обе организације су отворене за рад и договарање са свим организацијама и институцијама заинтересованим за унапређење, хармонизацију и подстицај развоја туризма. Досадашња сарадња ЕТС и UNWTO резултовала је конкретним економским и политичким мерама, и практичном реализацијом заједнички договорених мера и одлука у туризму, на пример: потписан је споразум којим су се ЕТС и UNWTO обавезале да унапреде заједничке активности на решавању главних проблема са којима се суочава сектор туризма (Берлин, Немачка, 7.3.2012.); одржавани су заједнички семинари на тему е-маркетинга за туристичке дестинације; рађени су заједнички приручници и студије, итд.²¹³

ЕТС је, у односу на Организацију за економску сарадњу и развој (OECD), потпуно независно тело, иако је са организацијом претходницом OECD, тј. Организацијом за европску економску сарадњу (ОЕЕС) имао успостављен Технички комитет за туризам, који је био формиран неколико месеци након оснивања ЕТС. До разилажења је дошло 1962. године, када је ОЕЕС постао OECD, и проширен новим члановима САД, Канадом, Јапаном, Аустралијом и Новим Зеландом, а што је за последицу имало промену главних циљева OECD у туризму.²¹⁴

Сарадња ЕТС и Европске економске заједнице (ЕЕЗ) започета је 1973. године када је сачињена заједничка Радна група која је предложила оснивање сталног тела у ЕЕЗ, у форми Одсека за туризам, при секретаријату у Бриселу, што је реализовано 1985. године. Успостављена је сарадња ове две организације, у раду на техничким студијама и дискусијама, које је организовала Радна група ЕЕЗ заједно са националним туристичким организацијама. ЕТС је дала ЕЕЗ пуну подршку да развија туризма, а пре свега уклањању ограничења међународним путовањима у Европи. ЕТС је апеловао на ЕЕЗ да, промотивне, маркетиншке и информативне активности у туризму преузме сам ЕТС, што је комплементарно са активностима ЕТС и његовом организацијом маркетинга. ЕЕЗ је то прихватила и ЕТС је предузела посебне промотивне кампање за промоцију путовања из САД ка земљама чланицама ЕЕЗ. Ово је уједно био почетак шире промоције ове две организације. ЕТС данас има консултативни статус у ЕУ.²¹⁵

Улога ЕТС за Србију као њену чланицу огледа су у могућностима које пружа ова организација, а неке од њих су: увид у резултате истраживања тржишта ЕТС, учешће у консултативним састанцима и директна сарадња, контакти са међународним организацијама и експертима у туризму, учешће у поступцима планирања активности и буџета, доношења одлука и мера, те учешће у практичним активностима ове организације, а нарочито маркетинг активностима.

²¹³ European Travel Commission, Stefanie Gallob, European Travel Commission / new, 19.01.2012.

²¹⁴ European Travel Commission, *60 Years of Joint Action 1948-2008*, 14. October 2012, p. 4.

²¹⁵ European Travel Commission, Stefanie Gallob, European Travel Commission / new, 19.01.2012.

1.4.2. Европско удружење хотела, ресторана и кафана (HOTREC)

Европско удружење хотела, ресторана и кафана - HOTREC (*Hotels, Restaurants & Cafes in Europe*) је непрофитно удружење које чине 44 националне асоцијације хотела, ресторана и кафана, из 27 земаља Европе. Чланство у HOTREC је условљено чланством у ЕУ, европском економском подручју, или је да је земља у процесу придруживања ЕУ. Седиште организације је у Белгији. Пуноправно чланство у HOTREC резервисано је за националне асоцијације из земаља чланица ЕУ; придружено чланство је отворено за националне асоцијације из земаља ван ЕУ, али унутар европског економског простора; док је статус посматрача на располагању националним асоцијацијама из земаља чији је улазак у ЕУ изван, односно које су у процесу придруживања ЕУ. У статусу посматрача, земља има могућност: да буде представљена код доносиоца одлука у ЕУ (имајући у виду да ће законодавство ЕУ постати део националног законодавства земље); да лобира заједно са осталим националним асоцијацијама; и да размењује искуства са другим земљама.²¹⁶

Циљеви HOTREC-а су максимална сарадња пан-европских земаља чланица, промоција и заштита интереса европских хотела, ресторана и кафана, пред институцијама ЕУ. Реализација циљева се остварује њиховим представљањем у институцијама ЕУ, дијалогом са социјалним партнерима, интеракцијом са другим браншама европског туризма и везама са међународном туристичком привредом.²¹⁷

HOTREC је прихватио главне приоритете Европске комисије, тј. „четири стуба“ европског туристичког сектора: конкурентност, одрживост, промоцију и финансијске инструменте;²¹⁸ и у складу са тим настао је „Нови акциони оквир за европски туризам“, где је дефинисана 21 акција за постизање тих циљева.²¹⁹

HOTREC континуирано прати и анализира све политике ЕУ, идентификовано је 250 мера које могу имати утицај на угоститељство и представља интересе и проблеме сектора угоститељства у институцијама ЕУ: Комисији, Парламенту и Савету Европе.²²⁰

Прикупљањем информација од најважнијих институција ЕУ, осигурава да њене чланице – удружења, буду директно информисане о свим дешавањима која се тичу угоститељског пословања. HOTREC сарађује и са другим пословним организацијама, као нпр. са: Европском асоцијацијом занатлија, малих и средњих предузећа (UEAPME), Европским удружењем менаџера хотела (EHMA), Међународним удружењем модерних ресторана (EMRA), Конфедерацијом послодавачких организација ЕУ (Business Europe), ЕСТАА, ИН&РА, и др.

Истовремено, HOTREC доприноси раду установа ЕУ, пружајући им релевантне „input-e“ и учествујући у свим врстама дискусија. Овај дијалог

²¹⁶ HOTREC, *Membership*, <http://www.hotrec.eu/>, на дан: 09.01.2014.

²¹⁷ HOTREC, *HOTREC's Mission*, <http://www.hotrec.eu/>, на дан: 09.01.2014.

²¹⁸ European Commission, *Commission communication 2010: Europa, the world's No 1 tourist destination – new political framework for tourism in Europe* – COM (2010) 352 final, Brussels, 30.6.2010.

²¹⁹ HOTREC, *HOTREC response on the Commission Communication on tourism*, 11 October 2010.

²²⁰ Brend Geyer, HOTREC, Презентација: *Могућности и изазови за индустрију угоститељства на ЕУ разини*, Хрватски туристички форум 2008, Опатија, 24.10.2008. www.hgk.hr/wp-content/blogs_dir/1/files_mf/Mogućnosti%20i%20izazovi%20za%20industriju%20ugostiteljstva%20na%20EU.pdf, на дан: 09.01.2014.

омогућава координацију ставова чланица о питањима од заједничког интереса и повећавање утицаја на креирање политика ЕУ.

Циљ је стварање правног окружења које омогућава хотелима, ресторанима и кафанама да буду конкурентни, да обезбеде више радних места, а тиме и раст европске економије. У сарадњи са ЕУ разматрају се следеће области: туристичка политика, квалитет, класификација хотела, дигитализација, означавање хране, стандарди, порез на додатну вредност, ауторска права, социјална питања, одрживост развоја, безбедност од пожара, заштита потрошача и многа друга питања.²²¹

Везано за активности HOTREC, 2006. године је основана Европска угоститељска фондација – ЕНФ (*European Hospitality Foundation*) са циљем да финансира непрофитне пројекте, и то у виду следећих активности:²²²

- Помоћи у успостављању и/или унапређење рада професионалних удружења хотела, ресторана и кафана;
- Помоћи професионалним удружењима да учествују у раду HOTREC;
- Организације размене знања - обуке, стипендије и награде;
- Студије за побољшање знања о угоститељској привреди;
- Подршке промоцији имица хотела, ресторана и кафеа.

Угоститељство ЕУ (27) у 2011. години запошљава око 9,5 милиона радника (за разлику од аутомобилске индустрије која запошљава 2,2 милиона радника или хемијске индустрије која запошљава 1,9 милиона радника), у 1,7 милиона предузећа. Сектор угоститељства ствара 195 милијарди евра додате вредности.²²³

Чак и у кризним временима, између 2008. и 2010. године, сектор угоститељства је остварио око 200.000 нових радних места. Угоститељска предузећа су претежно мала и средња: 99% предузећа има мање од 50 запослених, а чак 92% предузећа има мање од 10 запослених. Мање од 1% предузећа запошљава 250 запослених. Велика предузећа у угоститељству пружају 19% радних места и обављају 23% промета.²²⁴

Будућност националних организација у HOTREC огледа се у: све ширем опсегу договарања са ЕУ; повећању броја чланова; лобирању и узајамној сарадњи; и размени искустава.

²²¹ HOTREC, *HOTREC response on the Commission Communication on tourism*, 11 October 2010.

²²² HOTREC, *European Hospitality Foundation*,

<http://www.hotrec.eu/about-us/european-hospitality-foundation.aspx>, на дан: 21.01.2014.

²²³ Anna Maria Torres, CEO of HOTREC, *Hotels, Restaurants & Cafés in Europe*, „HOTREC and its activities“, 14 the Congress Of Hoteliers, Association of Employers in Croatian Hospitality, Zagreb, Croatia, 7 October 2011.

²²⁴ Eurostat, *European hospitality and tourism industry*, 2012.

1.4.3. Европска акциона група за путовања и туризам (ETAG)

Европска акциона група за путовања и туризам - ETAG²²⁵ (енгл. *European Travel & Tourism Action Group*) је основана на иницијативу ЕТС, у јуну 1981. године. Чланови ETAG су национална туристичка удружења, федерације и агенције: ATLAS, ECM, EuroGites, FEG, ETC, EUFED, FIA, Европска унија туристичких службеника (*European Union of Tourist Officers - EUTO*), Међународно удружење организатора путовања (*International Association of Tour Managers - IATM*), ISTO, IRU, Светски савез за омладинска и образовна путовања (*World Youth Student & Educational Travel Confederation - WYSET Confed*); док су посматрачи: Европска комисија, ICC, OECD, UFTAA и UNWTO.²²⁶

ETAG настоји да подигне на виши ниво техничку сарадњу и ефикасност сарадње између влада, националних туристичких агенција и туроператора у јавном и приватном сектору; да промовише развој европског туризма; и да помаже отклањању баријера које спречавају пораст броја путовања.

Активности ETAG усмерене су на:²²⁷

- представљање заједничких интереса својих чланова код међувладиних и осталих међународних тела која имају туристички програм;
- учествовање у промовисању, истраживању и другим програмима који су посвећени развоју европског туризма;
- организовање радионица, семинара и састанака.

ETAG активно иступа као посебна група и глас туристичке привреде у Европи, односно као форум за везу, размене информације и сарадњу на европском нивоу, тј. развоја заједничких активности између различитих сектора који чине европски туризам. Група сарађује са Комисијом ЕУ, одржава контакте са Европским Парламентом и његовим члановима заинтересованим за туризам, а члан је Пословног савета UNWTO, у вези активности које су неопходне за подстицај туризма, трговине, слободног кретања путника, и сл.

1.4.4. Савез националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања ЕУ (ECTAA)

Савез националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања у ЕУ - ECTAA (енгл. *Group of national travel agents' and tour operators' associations within the EU*)²²⁸ је међународна непрофитна организација настала 1961. године. Проширивала се паралелно са проширењем ЕУ, тако да се у чланству ове организације налазе земље чланице ЕУ, Швајцарска и Норвешка. Окупља националне асоцијације туристичких агенција и организатора путовања из земаља чланица ЕУ. У статусу пуноправног члана су 32 удружења (по једно удружење из

²²⁵ European Travel and Tourism Action Group: <http://www.etag-euro.org>

²²⁶ ETAG, *Booklet*, European Travel and Tourism Action Group. ETAGBROC 02.04.08, p. 1-9.

²²⁷ *Водич кроз европске мреже за организације цивилног друштва*, ЕУ, SIPU, TASCО, Тим за социјално укључивање и смањење сиромаштва, Канцеларија за европске интеграције РС, Београд, новембар 2010, стр. 76

²²⁸ ECTAA, <http://www.ectaa.org/>, на дан: 11.9.2013.

сваке земље), са изузетком Шпаније и Аустрије, где по два удружења формирају националне делегације. Национална асоцијација туристичких агенција (YUTA) је постала пуноправна чланица, након што је Скупштина ЕСТАА, 29. и 30.11.2012. године, донела одлуку о њеном пријему у чланство. Чланство у овој организацији за Србију је изузетно важно, јер омогућава: боље упознавање са законском регулативом у туризму ЕУ; да се кроз рад у телима ове организације (одборима за: авиосообраћај, туроператерство, рецептиву и слично) учествује у доношењу одлука и иницијатива; те да се стечено искуство примени код нас и уведу нови стандарди пословања у области рада туристичких агенција и организатора путовања.

Према Статуту организације, најважнији органи су Генерална скупштина и Управни одбор. ЕСТАА надгледа све промене закона, иницијативе и активности ЕУ које могу имати утицај на туризам. Од 1992. године ЕСТАА објављује свој извештај о политикама битним за туризам у ЕУ. ЕСТАА активно сарађује са институцијама ЕУ (Генералним директоратима Европске комисије за различите области, Саветом ЕУ и Европским парламентом, Европским економским и социјалним комитетом, Комитетима региона и Европском централном банком) и организацијама на европском и међународном нивоу, како би се у њима, интереси и захтеви туристичких агенција и организатора путовања, адекватно заступали. У институцијама ЕУ, ЕСТАА прати све развојне политике везане директно за туризам или делатности у вези са туризмом, нпр.: потрошачку политику, политику авио-транспорта, социјалну политику, кретање радне снаге, политику конкуренције, образовну политику, политику заштите окружења, слободе пружања услуга, транспорта, информативног друштва, и друге.²²⁹

1.4.5. Европска инвестициона банка (ЕИВ)

Европска инвестициона банка – ЕИВ (енгл. *European Investment Bank*) је финансијска институција ЕУ, основана Римским уговором 1958. године, чија улога је да обезбеди дугорочну финансијску подршку инвестиционим пројектима.²³⁰ Њени акционари су све земље чланице ЕУ, а Управни одбор се састоји од министара финансија ових земаља. Изван ЕУ, ЕИВ је активна у више од 150 земаља. ЕИВ путем зајмова и гаранција, на непрофитној основи, олакшава финансирање пројеката јавног и приватног сектора, у свим секторима привреде, а тиме и у туризму, и то:²³¹

- пројеката за развој неразвијених подручја;
- пројеката за модернизацију, реструктуирање предузећа или за нове активности, које се по својој природи или обиму не могу покрити у свакој од земаља чланица, а усмерени су на унапређење заједничког тржишта;

²²⁹ ЕСТАА, *ECTAA's Activity Report 2011/2012: Review of ECTAA's activities and achievements for period November 2011- November 2012, Work programme for 2013*, CR-138/123, Brussels, November 2012.

²³⁰ Lewenhak Sheila, *The Role of the European Investment Bank*, Routledge, 2012, p. 1-6.

²³¹ ЕИВ, *The Governance of the European Investment Bank*, 09/2012, p. 4.

- пројеката од интереса за неколико земаља чланица, који због обима и природе не могу у целости бити покривени постојећим системом финансирања у свакој земљи чланици.

Банка одобрава наменске кредите, уз минималне камате, у годишњем износу од око 20 милијарди евра (до 50% вредности пројекта), даје зајмове за развој недовољно развијених регија, развој инфраструктуре (побољшање трансевропских саобраћајница), телекомуникацијских и енергетских мрежа, побољшање конкурентности европске индустрије, развој малих и средњих предузећа, заштиту окружења и слично.²³² Банка осигурава и зајмове за развој држава које се припремају за чланство у ЕУ, па је у тим оквирима и наша земља корисник кредита. ЕИВ средства набавља са тржишта капитала, где јој кредитни рејтинг ААА, што јој омогућава да на капиталном тржишту прибави новац по веома повољним условима, које затим сама даље пласира.²³³ ЕИВ обезбеђује зајмове, по тржишним каматним стопама, у две форме:²³⁴

1. Глобалних зајмова финансијским посредницима који раде на националном, регионалном или локалном нивоу; дугорочни зајам се користи (у сагласности са економским, техничким и финансијским критеријима Банке) као помоћ за инвестициона улагања малих и средњих предузећа;
2. Зајмови за дугорочне пројекте у вредности од око 25 милиона евра могу бити директно договорени са центром ЕИВ.

Зајмови су углавном концентрисани на мала и средња предузећа у туризму. Активности, за које се користе различита средства ЕИВ, имају за циљ да региону учине атрактивнијим за туристе, путем тематских паркова, хотела, атракција за посетиоце, али и финансирањем туристичке инфраструктуре (аеродрома, лука, железнице и путева; културе и историје; воде и заштита вода од загађења; енергије и животне средине). Најчешћи предмет финансирања у туризму су камп места, ски лифтови, места са културним и архитектонским наслеђем или други туристички потенцијали.²³⁵

Основни захтев је, да пројекти буду финансијски и економски могући, односно исплативи. Поред тога, услови за добијање кредита су да су пројекти конзистентни са политиком ЕУ, односно да доприносе развоју европских интеграција, да истичу регионалне развојне приоритете и испуњавају захтев за заштитом окружења (нпр. мора се проценити утицај пројекта на окружење).

ЕИВ је, само у 2011. години, одобрила укупан износ кредита од око 60 милијарди евра, од тога за земље чланице ЕУ око 88% или 52 милијарде евра, а за Србију 1,18% или око 710,6 милиона евра (видети у наредној табели). Дугорочни кредити користе се за покриће трошкова пројеката, а могу се користити комбиновано са националном помоћи и зајмовима ЕУ.²³⁶

У периоду од 2000. до 2014. године, ЕИВ је за осам земаља (које нису биле чланице ЕУ: Албанија, БиХ, БЈР Македонија, Исланд, Косово, Црна Гора, Србија и

²³² Поповчић-Аврић С, Видас-Бубања М, *Међународна економија*, Завод за уџбенике: Факултет за економију, финансије и администрацију, Београд, 2009, стр. 441, 444.

²³³ Унковић М, *Међународна економија*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009, стр. 352-353.

²³⁴ ЕИВ, *Financial Report 2012*, 3/2013, р. 8, 9.

²³⁵ ЕИВ, *Report on the results of EIB operations outside the EU 2012*, 06/2013, р. 89, 98.

²³⁶ The EU Bank, European Investment Bank Group, *Statistical Report 2011*, 3/2012, р.5.

Турска) одобрила средства у износу од око 29,79 милијарде евра, а од тог износа, само Србији је одобрила 4,5 милијарди евра.²³⁷

Табела бр. 5: Укупни износи потписаних финансијских уговора ЕИВ, 2007-2012.
- у еврима

ГОДИНА	СВЕТ	ЕВРОПСКА УНИЈА	СРБИЈА
2012.	19.827.652.050	17.370.802.895	140.000.000
2011.	60.073.742.981	52.825.137.313	710.590.000
2010.	71.602.114.325	62.844.218.680	690.212.300
2009.	78.865.773.856	70.204.734.226	887.910.000
2008.	57.904.529.642	51.742.205.149	143.650.000
2007.	47.497.956.663	40.994.972.527	250.000.000

Извор: **European Investment Bank**, Project Financed: World, European Union, Serbia <http://www.eib.org>, на дан 29.08.2012. године

За пројекте улагања у различите секторе (нпр. туризам, комуникације, заштиту окружења и сл.) средства се додељују у облику појединачних зајмова (*Individual Loans*) до 25 милиона евра и општих зајмова (*Global Loans*). Банкама и институцијама, које раде на националној и регионалној основи, средства се додељују управо по том принципу, затим на основу кредитног рејтинга и из средстава које ЕИВ одобрава својим корисницима.

²³⁷ ЕИВ, Enlargement countries, Project Financed, 21.1.2014.
<http://www.eib.org/projects/loans/regions/enlargement/index.htm?start=2000&end=2014>

2. ЕВРОПСКА БАНКА ЗА ОБНОВУ И РАЗВОЈ (EBRD)

Европска банка за обнову и развој – EBRD (енгл. *European Bank for Reconstruction and Development*) је почела са радом 1991. године, како би помогла структурне реформе у земљама бившег Источног блока (за разлику од ЕИВ која је претежно концентрисана на ЕУ). EBRD је постала важан фактор транзиције ка тржишном пословању бивших социјалистичких земаља. СФРЈ је била чланица Банке од њеног оснивања. На подручју југоисточне Европе, EBRD је озбиљније активност развила после 1994. године. Банка се руководи начелима недискриминације, поштења и транспарентности, како би се осигурали инвестициони пројекти и подстакло веће ангажовање страних инвеститора.

Априла 2001. године СР Југославија је примљена у чланство EBRD. Ускоро затим, отворена је канцеларија у Београду и одобрен је први пројекат. Од 2001. до краја 2013. године, Србији су од стране EBRD одобрени послови у нето кумулативном обиму од 3,5 милијарди евра, кроз 175 пројеката.²³⁸ У фокусу финансирања од 2013. године, је развој инфраструктуре и улагање у приватни сектор – пре свега у пољопривреду и сектор обновљивих извора енергије, према речима директора EBRD за Србију Матеа Патроне.²³⁹

„Од свих међународних финансијских организација, једино EBRD одобрава кредите непосредно привредним субјектима, првенствено у циљу започињања приватног бизниса у приватном сектору, укључујући и у сектору туризма.“²⁴⁰ EBRD је суфинансирала одређени број пројеката са другим мултилатералним и билатералним финансијским институцијама, али је обезбедила и финансирање у сектору путева и железнице (у сарадњи са ЕУ, ЕАР и другим међународним финансијским институцијама и билатералним донаторима).²⁴¹

EBRD чини 64 земаље, и две међувладине институције: ЕУ и ЕИВ. Банка инвестира у 30 земаља од централне Европе до централне Азије.²⁴² Главне форме финансирања су зајмови, инвестиције и гаранције. Сва питања привредног раста и развоја посматрају се у оквирима јачања демократских институција, поштовања људских права и политике очувања и заштите окружења.

EBRD финансира пројекте приватног и јавног сектора, превасходно у циљу развоја предузећа и инфраструктуре. Покрива и трошкове образовања манаџмента, планирања акција, контроле пројеката и информационе технологије. Подршка малим и средњим предузећима резултат је настојања да се помогне континуиран раст приватних предузећа. Наредних година приоритети EBRD биће окренути ка развоју хотела који задовољавају одређене квалитете, као и у развој

²³⁸ EBRD, Транзициони извештај за 2013. годину, 2014.

²³⁹ Сајт: Бизнис, *Европска банка улаже 400 милиона евра у Србију*, 06.12.2012.

²⁴⁰ Радојевић Т, *Финансијско пословање у туризму и хотелијерству*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2011, стр. 30.

²⁴¹ Стакић Б, *Међународне финансијске институције*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2012, стр. 195-197.

²⁴² EBRD послује са следећим земљама: Албанија, Арменија, Азербејџан, Белорусија, БиХ, Бугарска, Хрватска, Република Чешка, Естонија, БЈР Македонија, Грузија, Мађарска, Казахстан, Киргистан, Литванија, Латвија, Црна Гора, Молдавија, Монголија, Пољска, Румунија, Русија, Србија, Словачка, Словенија, Таџикистан, Туркменистан, Турска, Украјина и Узбекистан. Подаци на дан: 17.12.2012.

инфраструктуре главних градова. У хотелском сектору, EBRD подржава селективну приватизацију у хотелијерству (пословних хотела у главним градовима, одморишних хотела у местима где постоји већ изграђена туристичка инфраструктура) и промовише кредитне линије за мање туристичке пројекте у смислу охрабривања инвестиција у мала и средња предузећа.²⁴³

Од оснивања 1991. године, па до краја 2011. године EBRD је имала 3.374 пројекта, укупне вредности 210,7 млрд евра. Директне инвестиције EBRD крећу се од 5 до 230 милиона евра.²⁴⁴

EBRD је појачала своју улогу у сектору некретнина и хотелијерства. Укупно, у овом сектору је од 1991. године било 129 пројеката у вредности од 7,6 млрд евра, а додатно је мобилисано 5,6 млрд евра. Само у 2011. години, одобрено је финансирање 10 пројеката у овом сектору, у вредности од 157 милиона евра, за Белорусију, БЈР Македонију, Грузију, Црну Гору, Русију, Туркменистан и Украјину. Поређења ради, до краја 2000. године укупна вредност потписаних пројеката у имовинском и хотелском сектору износила 684 милиона евра, укупно је било закључено 40 трансакционих уговора. Учешће туристичког сектора у свим финансијским пројектима је тада износило 4%.²⁴⁵

EBRD у туризму развија све пројекте које су у сагласности са принципима постављеним од стране Конференције УН о окружењу и развоју, према акционом програму за путничку и туристичку привреду „Агенда 21“²⁴⁶, као и према смерницама Групе СБ за ефикаснији развој туризма и индустрије слободног времена.

3. ОРГАНИЗАЦИЈА ЗА ЕКОНОМСКУ САРАДЊУ И РАЗВОЈ (OECD)

Организација за економску сарадњу и развој – OECD (енгл. *Organization for Economic Co-operation and Development*) је основана 1961. године, има 34 државе чланице, седиште јој је у Паризу.²⁴⁷

OECD помаже економски развој, и то кроз:²⁴⁸

1. достизање највишег нивоа одрживог економског раста, запослености и животног стандарда земаља чланица, уз одржавање финансијске стабилности и учешће у развоју светске економије;

²⁴³ European Bank for Reconstruction and Development, *Property and Tourism*, March 2013; и сајт EBRD, *What we do in Property and Tourism*: <http://ebrd.com/pages/sector/propertyandtourism/what.shtml> 26.04.2010.

²⁴⁴ European Bank for Reconstruction and Development, *About the EBRD*, May 2012, p. 1.

²⁴⁵ European Bank for Reconstruction and Development, *Property operations policy*, 11 December 2001.

²⁴⁶ WTO, WTTC, Earth Council, *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development*, 1995.

²⁴⁷ OECD је настала из Организације за европску економску сарадњу, са циљем управљања америчком помоћи у склопу Маршаловог плана након Другога светског рата.

²⁴⁸ Кварталинов Валерий Александрович, *Туризм, Финансије и статистика*, Москва, 2003, p. 45-46.

2. чврсту економску експанзију у земљама чланицама и земљама које нису њене чланице, али су у процесу економског развоја;
3. експанзију светске трговине на мултилатералној, недискриминаторној основи и сагласности са међународним обавезама.

ОЕСД помаже владама развијених земаља при дефинисању економске и социјалне политике, те развоју економске сарадње. Сакупља и обрађује податке о односима са земљама нечланицама, ради дугорочне анализе и бави се другим економским питањима.

Због великог учешћа земаља чланица у светским туристичким приходима, ОЕСД је предузела низ иницијатива око формирања и развоја туристичких политика, заснованих на детаљним праћењима статистичких података и анализи туристичких кретања. У принципу, ове активности резултат су истраживања начина функционисања туризма и које промене узрокује током времена. Мерење физичких кретања (долазака и ноћења) и новчаних токова (прихода и издатака) везаних за међународни туризам, нису више једини и довољни фактори да би се сагледали узроци и последице дешавања у туризму и да би се објасниле импликације туризма на целокупан развој у свету.

Под окриљем ОЕСД, са задатком праћења савремених туристичких трендова, од 1995. године функционише *Туристички комитет ОЕСД*, који је уједно и форум за координацију туристичких политика и активности - почев од укидања ограничења кретања путника, до објављивања годишњих извештаја о туристичким трендовима и владиној политици. Туристички комитет редовно сарађује са другим међународним организацијама укључујући UNWTO, ЕУ - посебно Евростат, ILO и WTO (WTO у контексту активности либерализације услуга и трговине). Организују се и консултације и форуми са земљама које нису њене чланице, као и разговори са представницима туристичке привреде, универзитетима и другим групама.²⁴⁹

Туристички комитет ОЕСД се бави либерализацијом туристичке привреде и путничких активности, анализом запослености и тржишта слободне радне снаге, анализом туристичке политике и сарадње, помоћи економским променама и развој туризма у земљама чланица. Посебан нагласак у активностима Туристичког комитета ОЕСД је на одређивању даљих праваца ангажовања у туризму.

Значајан део активности Туристичког комитета ОЕСД усмерен је на: прочавање методологија (сакупљањем података и њиховом анализом); истраживање међународног и националног туризма; извођење економских туристичких прорачуна (који прате путничку статистику, биланс плаћања, трговину услугама, запосленост, конкурентност); и осталим показатељима везаним за развој туризма. Туристичка политика ОЕСД, у делу који се заснива на праћењу и анализи промена националних туристичких политика њених земаља чланица, темељи се на сопственим националним туристичким прегледима, који се израђују за сваку поједину земљу.²⁵⁰

Овакве активности и прилази туристичкој политици имају за циљ да помогну земљама чланицама ОЕСД при формулисању сопствених националних туристичких политика, да помогну развој националне и међународне туристичке

²⁴⁹ Детаљније видети: ОЕСД „*About the OECD Tourism Committee*“, January 2013.

²⁵⁰ ОЕСД, *OECD Tourism Trends and Policies 2012*, 2012.

политике, да поставе основе за успостављање конкурентне туристичке привреде и омогуће интеграцију туристичких политика у друге секторске политике. Друга идеја овог приступа је да се подрже националне туристичке политике, превасходно чланица, и да се помогне усклађивање националних туристичких политика са актуелним туристичким кретањима. Намера је да се упознају главни креатори туристичке политике земље са развојним политикама, стратегијама и праксом у савременом туризму и да се отвори простор за унапређивање националног туризма.²⁵¹ Коначно, ове активности би требале да подстичу земље на конструктивнији међусобни дијалог о туристичкој политици, на бољи и већи проток информација о успешности реализованих туристичких политика у свакој појединој земљи чланица и на узајамну размену искуства.²⁵²

Истраживања појединих држава чланица OECD показала су да постоје сличности рестриктивних мера које примењују њене земље чланице у трговини туристичким услугама. Као по правилу, исте рестриктивне мере примењују се и у међународном туризму.

Туристички комитет OECD је ограничења у туристичком сектору, поделио на домаће и спољне (изванграничне) операције.²⁵³

Најупечатљивији пример, рестрикције које се примењује на спољне (изванграничне) операције су фискална оптерећења у међународном транспорту, када грађани једне државе путују ван граница своје земље.

Рестрикције или препреке које се примењују на домаће операције су пре свега административне формалности, у виду фискалних ограничења, нпр. авиотаксе, таксе које плаћају страни путници при уласку у одређену земљу. Све земље OECD подржавају неке рестрикције при оснивању страних фирми и уводе ограничења активности настојећи да успоставе контролу страних предузећа. Карактеристично је да све земље временски условљавају физичка лица која пружају туристичке услуге.

Од административних формалности које утичу на смањење туристичких кретања су издавања виза и реципрочне мере између појединих земаља.

Фискална плаћања у авиопревозу постоје у већини земаља OECD. Углавном су то таксе које су понекад укључене у цену авио карте.

Највећи обим баријера присутан у авио-транспорту, у директној је вези са одредбама за извршавање туристичких услуга, као што су: одржавање и ремонт, услуге компјутерских резервационих система и услуге продаје и маркетинга.

4. ЕВРОПСКА ФЕДЕРАЦИЈА ЗА СЕОСКИ ТУРИЗАМ (EuroGites)

Европска федерација сеоског туризма - EuroGites (енгл. *Federation of Farm and Village Tourism*) је највећа и најзначајнија европска организација из области

²⁵¹ OECD, „About the OECD Tourism Committee“, January 2014, p. 6, 11, 12.

²⁵² За детаље о актуелним циљевима и активностима Туристичког комитета OECD-а видети сајт: OECD Tourism Committee: www.oecd.org/cfe/tourism

²⁵³ OECD, *Assessing barriers to Trade in Services – Tourism Services*, TD/TC/WP(2000)10/FINAL, September 2000.

сеоског туризма, коју чини 35 професионалних и пословних организација из 26 земља Европе. EuroGites представља сектор смештаја у сеоском туризму Европе (објекти за ноћење са доручком и објекти у којима се самостално припремају оброци у приватним кућама или домаћинствима, мали породични сеоски хотели и гостионице), кога чини око 500.000 микропредузећа и око 5-6,5 милиона лежаја. У целини овај сектор представља око 15% укупног туристичког промета у Европи.²⁵⁴

Активности EuroGites према Статуту су: информативна и комуникативна мрежа између чланица организације и на међународном нивоу, професионално заступање у европским организацијама (приватним и државним), хармонизација информативних садржаја и терминологија, дефинисање заједничких критеријума квалитета и стандарда, заједничко брендирање и маркетинг на европском нивоу и професионални тренинзи, обуке и истраживања. Циљеви EuroGites су усмерени на микропредузећа, сарадњу у комплементарним активностима, као и подршку и представљање у већем броју разних области.²⁵⁵

EuroGites је био директан професионалан члан у UNWTO до 2009. године, а после је преко ETAG постао индиректни члан, са приступом услугама UNWTO. У оквиру UNWTO (од 2004. године) учествује у специјалним студијама и статистикама из области сеоског туризма, те предлаже и промовише сектор путем специфичних акција и студија. EuroGites у ЕУ представља интересе сеоског туризма у Радној групи за рурални развој (*Advisory Committee Rural Development*) – где даје процене и коментаре о предузетим или планираним радњама, те утиче на одлуке; и у Групи за одрживи туризам (*Tourism Sustainability Group - TSG*) – која је формирана у складу са одлуком Европске Комисије у циљу стварања професионалне групе репрезентативних актера у туризму, која припрема, предлаже и прати спровођење Европске агенде за одржив туризам. EuroGites је члан Европског покрета за село (*European Movement for Rurality – MER*) - мреже релевантних професионалних организација и савеза за рурални развој и Акционе групе за европски туризам (*European Tourism Action Group - ETAG*), приватне организације која групише европски туризам и туризам у вези професионалних организација. EuroGites обезбеђује везе са ETC, UNWTO, OECD и политички приступ мањих организација које нису чланице HOREC и ECTAA.²⁵⁶

²⁵⁴ Чланице EuroGites су чланице ЕУ: Аустрија, Белгија, Бугарска, Кипар, Чешка, Естонија, Француска, Грчка, Италија, Летонија, Литванија, Луксембург, Мађарска, Немачка, Пољска, Португалија, Румунија, Словачка, Словенија, Шпанија, Велика Британија; и остале чланице изван ЕУ: Белорусија, Грузија, Хрватска, Израел, Норвешка, Србија, БиХ, Русија, Швајцарска. EuroGites, *Presentation*, 2012.

Из Србије, Центар за одрживи и одговорни развој туризма (ЦенОРТ) и Сеоски туризам Србије су чланови ове организације.

²⁵⁵ Статут EuroGites усвојен је 29.9.1990. године на конститутивној Генералној скупштини 1990. године, да би потом био мењан у више наврата: 1995, 2004, 2005. и 2010. године. European Federation of Rural Tourism, *Statutes*, 29 September 1990.

²⁵⁶ EuroGites, <http://www.eurogites.org>

5. ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОБЛИЦИ САРАДЊЕ У ПОДУНАВЉУ

Географски посматрано, Подунавље покрива прилично велику површину која повезује источну и западну Европу, црноморске регије и Медитеран преко својих притока, и северне делове континента са централним областима Балкана. С обзиром на то да Дунав протиче кроз десет земаља, да између неких представља и границу (нпр. у случају Србије, са Хрватском и Румунијом), да је плован, да се улива у Црно море, као и да постоји међународни правни акт којим је регулисан његов статус, испуњава у потпуности услове и правила под којима се једна река назива међународном.

„Дунавски слив представља велики потенцијал за економски развој, посебно на бази развоја малих и средњих предузећа и предузетништва, кроз повећање конкурентности, могућности удруженог наступања на тржишту и бољих услова за унапређење иновативних потенцијала; кроз развој пословне инфраструктуре, која се сматра једним од основних покретача економског раста, као и кроз веће могућности међуопштинске и међурегионалне сарадње како унутар Републике Србије, тако и са државама чланицама Европске уније.“²⁵⁷

ЕУ подстиче све облике регионалне сарадње са циљем осигуравања стабилности економских односа и убрзања модернизације. Посебну димензију европској архитектури даје и сарадња у Подунављу, средишњем делу континента, као додатни елемент регионалног развоја и изградње јединствене Европе.

Већина савремених облика институционалне сарадње у Подунављу настала је као резултат потреба за вишим облицима сарадње, а на темељима активности и искустава које ЕУ шири у Европи. Истражујући дубље разлоге за сарадњу у Подунављу, дошли смо до закључка да су то:

- развијање туризма на Дунаву,
- изградња инфраструктуре, тржишта, конкурентност,
- решавање међусобних спорова и изградња јединствене европске архитектуре,
- упућеност држава у сливу Дунава једних на друге најчешће због решавања прекограничних проблема и обезбеђивања слободног кретања,
- заједнички интереси везани за коришћење Дунава – за пловидбу, снабдевање водом, очување животне средине,
- иницијативе и притисци са стране (као нпр. ЕУ, Економске комисије за Европу организације УН за сарадњу у појединим областима и других међународних актера),
- редефинисање односа и унапређење мултилатералне сарадње,
- уједначавање стандарда очувања и заштите реке.

Најстарија субрегионална међународна организација је Дунавска комисија, а њен преваходни задатак је функционисање речног саобраћаја на Дунаву.

Специфичности иницијатива за сарадњу у региону Подунавља, које су се у највећем броју јавиле почетком деведесетих година је флексибилност, рад у форумима, окупљања суверених држава и слично, што заправо није форма међународне организације, као што је постала Дунавска комисија. Програми и

²⁵⁷ Влада Републике Србије: „Позиција Републике Србије за учешће у изради свеобухватне стратегије Европске уније за регион Дунава“, 2010, стр. 11.

пројекти иницијатива на Дунаву могу бити типа микропројеката, који претпостављају решавање неког конкретног питања везаног за уже подручје (нпр. обнавља део саобраћајнице или регулише прекогранични прелаз) или за регулисање питања од ширег значаја, као што је реконструкција саобраћајница, изградња коридора, инфраструктуре и сл. Управо овакви „импулси међурегијске сарадње могу повољно да утичу на квалитет и континуитет међудржавних односа чак и ако се у међународној политици појаве фактори пристиска.“²⁵⁸

Велики број институција које се баве неким сегментима Подунавске сарадње, налази се у Аустрији, као што су: Међународна комисија за заштиту Дунава, Подунавска академија у Кремсу, Дунавска туристичка берза, административна канцеларија за Радну заједницу подунавских земаља, и др.

Кровна политичка иницијатива за сарадњу на Дунаву је Процес дунавске сарадње. Циљ иницијативе је оживљавање активности на Дунаву, заштита воде (чишћење Дунава) и успостављање безбедне пловидбе и подизање подунавских региона ослањајући се, како на сопствене снаге, тако и на ширу помоћ ЕУ.²⁵⁹

Постоји и низ других институција и организација, укључујући многа тела ЕУ, која се баве широком лезом активности у вези са реком и његовим сливом. Са друге стране су организације које су специјализоване само за одређене аспекте, као што су: Дунавска комисија, Међународна комисија за заштиту реке Дунав, Управни одбор Паневропског путног коридора VII и Радна заједница подунавских земаља. Не треба заборавити ни организације које утичу на Подунавски регион у ширем смислу, а то су: Иницијатива за сарадњу у Југоисточној Европи (SECI), Централноевропска зона слободне трговине (CEFTA), Централноевропска иницијатива (CEI) и друге.

5.1. Дунавска комисија

Дунавска комисија (енгл. *Danube Comission*) је најстарија субрегионална међународна (међувладина) организација у југоисточној Европи, која је у функцији одржавања речног саобраћаја на Дунаву. С обзиром на тако ограничене надлежности, постоје иницијативе за организовањем нове дипломатске конференције о дунавској сарадњи, ради проширења њених активности. Потписнице Конвенције о режиму пловидбе на Дунаву су: Бугарска, Мађарска, Румунија, Чехословачка, СССР, Југославија, Украјина.²⁶⁰ Потписивањем Конвенције о режиму пловидбе на Дунаву, 18. августа 1948. године у Београду, подунавске земље су по први пут добиле управу над целим пловним током Дунава (док је режим пловидбе између два светска рата, према Уговору о миру и Статуту Дунава из 1921. године био под управом неподунавских земаља – Француске,

²⁵⁸ Стојић-Карановић Е, *Дунав-река сарадње од принципа добросуседства до регионалног модела средњег подунавља*, Међународни научни форум, „Дунав-река сарадње“, Београд, 2005, стр. 29.

²⁵⁹ Петковић Гајић Д, *Регионална сарадња у Подунављу и стратегија Србије*, Међународни научни форум „Дунав-река сарадње“, Београд, 2008, стр. 54.

²⁶⁰ Сталне чланице Дунавске комисије су: Аустрија, Бугарска, Мађарска, Румунија, Русија, Словачка, Србија, Украјина. Пуноправне чланице комисије, на основу Дунавског протокола из 1998. године постале су: Немачка, Хрватска и Молдавија, а земље са статусом посматрача су: Белгија, Црна Гора, Чешка, Француска, Грчка, Холандија, Кипар и Турска.

Велике Британије и Италије)²⁶¹. Седиште организације је у почетку било у Галцу-Румунији, али је од 1954. године премештено у Будимпешту - Мађарску.²⁶²

Циљ организације је слободна пловидба Дунавом, заштита интереса дунавских земаља, стварање јачих економских и културних веза земаља чланица. Свака земља је задужена за управљање својим делом реке. Дунавска комисија је одговорна за стварање техничког и правног оквира за пловидбу Дунавом и прати реализацију одредаба Конвенције.²⁶³ Стварањем јединственог пловног пута између Црног мора и Северног мора, Дунавској комисији су се придружиле и друге земље и организације. Дунав је проглашен транс-европским саобраћајним коридором (Коридор 7) од посебног значаја.²⁶⁴

Дунавска комисија сарађује са институцијама: ЕУ (тренутно има статус посматрача у Дунавској комисији), Економском комисијом за Европу, организацијама УН (нпр. Европска економска комисија УН), као и другим међународним и регионалним организацијама битним за њен рад.²⁶⁵

5.2. Радна заједница подунавских земаља

Радна заједница подунавских земаља (енгл. *Working Community of the Danube Regions*) је субрегионална организација, основана 1990. године (потписивањем Заједничке декларације), која обухвата и суверене државе и области и регионе појединих земаља - 38 чланова (из 10 подунавских земаља), чији је циљ подстицај привредног развоја, саобраћаја, регионалног планирања, туризма, културе, науке и заштите животне средине. Функцију секретаријата организације обавља Доња Аустрија.

Током година сарадња се све више фокусирала на област културе и одрживог коришћења културних ресурса за развој туризма.

У области туризма и културе, најзначајније мере, пројекти и активности усмерени су на концепт „бициклическо-пешачке стазе“ - бициклических рута (Euro Velo) и пешачких стаза (Европска пешачка рута) дуж реке Дунав, листу историјских споменика и пројекат „Дунавска рута културе“. Културно наслеђе, посебно споменици културе и локалитети, третирају се као значајан ресурс за развој локалних средина у читавом региону Подунавља.

У области транспорта у плану је подстицање већег коришћења средстава транспорта – чамаца, бродова, итд. Студије о развоју малих лука и пројекат „Portino“.

Међу најзначајнијим досадашњим и будућим пројектима су:²⁶⁶

²⁶¹ Лопандић Д, Кроња Ј, *Регионалне иницијативе и мултилатерална сарадња на Балкану*, Европски покрет у Србији, Београд, 2010, стр.160.

²⁶² Петковић Гајић Д, *Регионална сарадња у Подунављу и стратегија Србије*, Међународни научни форум „Дунав-река сарадње“, Београд, 2008, стр. 67, 68.

²⁶³ Danube Comission, <http://www.danubecommission.org/>

²⁶⁴ Лопандић Д, Кроња Ј, *Регионалне иницијативе и мултилатерална сарадња на Балкану*, Европски покрет у Србији, Београд, 2010, стр.161.

²⁶⁵ Народна скупштина Републике Србије-Сектор за законодавство, *Река Дунав и Дунавска стратегија*, 1/12, 8.3.2012.

²⁶⁶ Сајт Радне заједнице подунавских земаља: http://www.argedonau.at/neu/arge/geschichte/start_f.html

- „Културни итинерери Дунава“, „Студија о развоју саобраћаја“ из средстава Interreg II C;²⁶⁷
- „Donauhanse“ – сарадња између градова и лука на Дунаву (у мрежу дунавских градова је укључено 24 града). Пројекат је реализован од јануара 2003. до децембра 2006. године, ко-финансиран је из средстава Interreg III B, а потом је 2007. године стартовала са радом мрежа дунавских градова, у циљу економске, туристичке, инфраструктурне и културне сарадње у Европи.²⁶⁸
- Пројекти који се настављају су: Donauhanse II, Portino II, “Рецепти из Дунавског региона”.
- Семинари за успостављање међусобних контаката омладине: Конференције младих амбасадора, Дунавски кампови за младе.

Република Србија је чланица РЗПР, с тим што је чланство Србије било суспендовано од 1992. до 1996. године. Од 2000. године Србија се поново укључила у активност.²⁶⁹

5.3. Процес дунавске сарадње

Процес дунавске сарадње (енгл. *Danube Cooperation Process*) је иницијатива која је покренута 2001. године, од стране Аустрије, Румуније, Европске комисије и Пакта за стабилност у ЈИ Европи, са циљем јачања односа подунавских земаља са акцентом на процесу европских интеграција.²⁷⁰

Сарадња у оквиру ове иницијативе обухвата шест димензија, и то:²⁷¹

- економску димензију (са акцентом на транспорт, тј. паневропске коридоре 7, 4, 5 и 10),
- пловидбену димензију (у сарадњи са Дунавском комисијом),
- еколошку димензију (развој сарадње у области заштита и унапређење животне средине),
- сарадњу у области туризма (развој туристичких потенцијала региона, укључујући аграрни и екотуризам),
- културну (промоција специфичности из домена културе сваке од чланица и региона у целини),
- субрегионалну сарадњу (развој еурорегије на Дунаву и стварање нових форми прекограничне и интеррегионалне сарадње).

У процесу учествује 13 подунавских земаља, и то: Немачка, Аустрија, Чешка, Словенија, Словачка, Мађарска, Хрватска, БиХ, Србија, Румунија,

²⁶⁷ Грчић Мирко, Раткај Иван, *Еврорегиони и Еврокоридори као фактори интеграције земаља југоисточне Европе са Европском Унијом*, Зборник радова Географског факултета, Свеска LI, Година 2003, стр. 6-8.

²⁶⁸ DONAUHANSE, *Resolution „Future co-operation in the DONAUHANSE process”* - DONAUHANSE Project Resolution, 06.-07.12.2006. Сајт: www.donauhanse.net, Присуп: 07.04.2014. године.

²⁶⁹ Лопандић Д, Кроња Ј, *Регионалне иницијативе и мултилатерална сарадња на Балкану*, Европски покрет у Србији, Београд, 2010, стр. 161.

²⁷⁰ Декларација о успостављању Процеса сарадње на Дунаву (*Declaration on the establishment of the Danube Co-operation Process*) и Начела и правила рада Процеса (*Principles and working methods for the functioning of the Process*).

²⁷¹ Сајт Процеса дунавске сарадње: <http://www.secinet.info/danube-cooperation-iwt/dcp>

Бугарска, Молдавија и Украјина, плус Европска комисија и Савет за регионалну сарадњу (као сукцесор Пакта за стабилност у ЈИ Европи). Статус госта имају: Француска, Македонија, Русија, Турска и САД; као и организације које се баве Дунавом: Дунавска комисија, Међународна комисија за заштиту реке Дунав, Радна заједница подунавских региона, Управни одбор коридора VII, Централноевропска иницијатива, Јадранско-јонска иницијатива, Иницијатива за сарадњу у Југоисточној Европи, Централноевропска зона слободне трговине и Организација за црноморску економску сарадњу.²⁷²

5.4. Дунавска туристичка комисија (DTC)

Дунавска туристичка комисија - DTC (енгл. *Danube Tourist Commission*) основана је 1972. године са седиштем у Бечу. Циљ постојања DTC је развој туризма дуж обале Дунава, дуге 2.080 км, и у ширини од 70 км, од реке. Земље чланице организације су земље кроз које протиче Дунав: Немачка, Словачка, Аустрија, Мађарска, Хрватска, Румунија и Србија, док Молдавија има статус посматрача. Украјина није тренутно члан DTC.²⁷³ DTC се финансира из чланарине и званично је организована као асоцијација дунавских земаља чија делатност је усмерена ка подршци и промоцији туристичког потенцијала дунавског региона, као јединственог производа.

У својим активностима DTC сарађује са институцијама ЕУ, те дунавским регионалним и националним организацијама. Од 2004. године, успостављене су везе са Радном заједницом подунавског региона, Институтом за Дунав и централну Европу, Међународном комисијом за заштиту реке Дунав и Процесом дунавске сарадње. Поред тога, DTC је члан Радне групе UNESCO у Бечу.

DTC је „од непроцењиве вредности за повезивање акционара различитих туристичких индустрија које отворено разговарају о проблемима и лобирају код влада за промене политика ... DTC има искуство из прве руке када се ради о практичним проблемима, као што су административне процедуре захтеване од посада. Омогућавање дијалога између многих надлежних органа и компанија за крстарење може олакшати пут до бржих и лакших пословних договора који подједнако подстичу и компаније и туристе.“²⁷⁴

DTC је организатор конференција, екскурзија, културних и других догађаја на тему Дунава, али и изузетно активна туристичка маркетиншка асоцијација. Такође је и релевантан извор података, које настоји учинити доступним на глобалном нивоу. Као једна од маркетиншких активности формирана је онлине база података под називом “*Danube Sales Manual – DSM*”²⁷⁵, која се односи на комплетну туристичку понуду градова и општина у распону од 70 км од Дунава. DSM је намењен пре свега туроператерима, агенцијама и пословним партнерима, али и свим осталим.

²⁷² Лопандић Д, Кроња Ј, *Регионалне иницијативе и мултилатерална сарадња на Балкану*, Европски покрет у Србији, Београд, 2010, стр. 254.

²⁷³ Danube Tourist Commission, *About us*, www.danube-river.org/en/about-us, Приступ: 07.04.2014.

²⁷⁴ Панорама 37, *Речна крстарења на Дунаву све боља и боља*, Европска унија: Регионална политика, пролеће 2011, стр.13

²⁷⁵ Danube Sales Manual – DSM: <http://www.danubesalesmanual.com/index.php>, на дан: 27.08.2013.

Србија је била пуноправни члан од 2006. године до краја 2012. године.²⁷⁶ Државе чланице су представљене преко својих националних туристичких организација, а Србија преко Туристичке организације Србије. Србију у ДТС су представљали и помажући чланови: Привредна комора Србије, Лука Београд и невладина организација – „Свет и Дунав“.²⁷⁷

5.5. Дунавски центар за компетенцију (DCC)

Дунавски центар за компетенцију – DCC (енгл. *Danube Competence Centre*)²⁷⁸ је регионална мрежа организација из приватног, невладиног и јавног сектора, основана од стране немачке развојне агенције (GIZ) са циљем да унапреди и учини видљивом туристичку понуду дуж Дунава. DCC је у Београду почео са радом 1.02.2009. године.²⁷⁹ Србији је, захваљујући GIZ, добила улогу координатора свих нових пројеката за туризам, заштиту животне средине и едукацију у туризму у региону.²⁸⁰

DCC ради на развијању дунавског туристичког потенцијала и туристичког производа; подршци мрежи субјеката у туризму, путем улагања у људе и знање; јачању међудржавне сарадње и промовисању заједничких интереса чланица. У овом тренутку DCC окупља 70 чланова из свих 10 земаља Дунавског региона, од тога из Србије чак 29 чланова. DCC доприноси развоју одрживог туризма на Дунаву, кроз иницирање и примену одговарајућих пројеката, изградњу капацитета субјеката у туризму и промоцију стандарда високог-квалитета туристичких услуга/производа.²⁸¹

DCC подржава маркетинг иницијативе чији је циљ креирање и промоција јединственог туристичког брэнда за дунавски регион.

ТОС је пуноправан члан DCC за подручје Доњег Подунавља - чије седиште је у Београду.

DCC је главни извршни партнер у регионалном пројекту подржаном од стране Немачког министарства за економску сарадњу и развој (преко GIZ), на унапређењу пограничне сарадње у средњем и доњем дунавском региону – Хрватске, Србије, Румуније, Бугарске, Молдавије и Украјине. Захваљујући DCC и GIZ, Србија сада има пет транснационалних производа, и то: Дунавску бициклическу руту – Eurovelo 6, бициклическу руту „Гвоздена завеса“ – Eurovelo 13, те пешачке руте Danube Nike, Дунавски пут вина и Пут римских царева.

²⁷⁶ „ТОС је након учешћа на генералним скупштинама и анализе пословања односно постигнутих резултата претходног периода донео одлуку о иступању из Дунавске туристичке комисије... Чланство престаје од 1. јануара 2013. године.“ - Извор: ТОС, *Извештај о пословању Туристичке организације Србије од 1. јануара до 31. децембра 2012. године*, Београд, март, 2013, стр. 31

²⁷⁷ ДТС: <http://www.danube-river.org/en/about-us-1> Приступ: 22.08.2013.

²⁷⁸ Сајт DCC: <http://danubecc.org/>

²⁷⁹ Иницијална Генерална скупштина DCC одржана је 23. фебруара 2010. године у Београду. Оснивачки акт удружења – Articles of Association, је потписан 19.04.2010. године.

²⁸⁰ „С обзиром да на регионалном ниову није постојао један, већ више партнера из дунавских држава, GIZ је, на неки начин, окупио те partnere и они су основали DCC као невладину организацију.“ - Борис Чемерник, генерални секретар DCC, „Туризам брише границе“, *Време*, бр 1167, Београд, 16. мај 2013.

²⁸¹ DCC: <http://www.danubecc.org/index.php?pg=list-of-members>, Приступ: 23.08.2013.

Други део

**УТИЦАЈ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И
ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА СРБИЈЕ**

І ОЦЕНА СТАЊА У ТУРИЗМУ СРБИЈЕ И МОГУЋНОСТИ ЗА ПОБОЉШАЊЕ

1. САДАШЊЕ СТАЊЕ И ОЧЕКИВАНЕ ПРОМЕНЕ

Како је саобраћајна инфраструктура прво са чиме се туристи суочавају приликом путовања у једну земљу, тако је у свету прихваћено практично и логично решење: да се обезбеди квалитетна и модерна инфраструктура, да се поједноставе путне процедуре и појефтини транспорт. Према једном анкетном истраживању рађеном за документ „Стратегија развоја туризма Републике Србије“, иако је општи просек задовољства доживљајем Србије позитиван „највише туриста би упозорило потенцијалне путнике у Србију на саобраћај, лоше путеве и возаче.“²⁸²

Саобраћајна инфраструктура је један од предуслова укупног развоја одређеног простора. „На изградњу и експлоатацију саобраћајног система велики утицај имају и друштвени фактори. Они првенствено произилазе из степена развоја друштва, односно државе, тј. могућности за изградњу, а потом и одржавање и експлоатацију саобраћајног система на одређеној територији.“²⁸³

Унутрашњи саобраћај једне земље зависи од ангажовања државе у прибављању неопходних финансија за овако велике пројекте каква је саобраћајна инфраструктура, који се обезбеђују код банака, међународних организација и институција и/или од стране саме државе, и евентуално путем концесија.

Унутар саобраћајног система Србије централно место заузима конкретна саобраћајна инфраструктура (грађевински објекти и остали технички уређаји), и то првенствено:

- путна/друмска саобраћајна инфраструктура;
- железничка саобраћајна инфраструктура;
- инфраструктура речног саобраћаја;
- инфраструктура ваздушног саобраћаја;
- инфраструктура поштанско-телекомуникационог система.

Према извештају Светског економског форума о глобалној конкурентности у 2011-2012. години, Србије се по квалитету целокупне инфраструктуре налази на 120 месту, од 142 анализираних земље света. Наиме, према квалитету: путева је на 132 месту; железничке инфраструктуре је на 102 месту; инфраструктуре лука је на 133 месту; инфраструктуре авио-транспорта је на 132 месту; електромреже је на 76 месту. Србија значајно боља места заузима у домену телекомуникације, где је

²⁸² Ради се анкетном истраживању туриста у Србији на излазним тачкама из земље («EXIT») - „Службени гласник РС“ бр. 91/06, *Стратегија развоја туризма Републике Србије-Први фазни извештај*, 24. новембар 2005, стр. 19.

²⁸³ Манић Е, *Економска географија*, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, 2013, стр. 254.

према доступности фиксних телефонских линија на 100 становника на 26 месту, а према броју корисника мобилних телефона на 100 становника на 28 месту.²⁸⁴

Друмски путнички саобраћај, иако доминантан, због домаћих туриста и туриста који долазе из суседних земаља (око 36,7% страних туриста), карактерише лош квалитет путева, нарочито локалних.²⁸⁵ То практично значи да изградња, побољшање/осавремењавање и одржавање путне мреже, мора бити приоритет да би се могло говорити о дугорочном развоју туризма. Тренутно постоји путна мрежа која омогућава приступ само главним регионалним (Београд, Нови Сад, Ниш, Крагујевац и Суботица) и туристичким центрима Србије. Међутим, због честих саобраћајних гужви, блокада саобраћаја на појединим местима и због просторне редистрибуције туризма, те отварања нових туристичких подручја Србије у Југоисточној и Југозападној Србији, неопходна је изградња и промовисање алтернативних друмских праваца.

Србија је имала значајне пројекте рехабилитације путева и мостова, које су кредитирале СБ, ЕИВ, ЕБРД и ЕАР, али и билатерални донатори, као што су:²⁸⁶

- Светска банка – IDA: "Пројекат рехабилитације саобраћаја", од 2004. до 2008. године, у износу од 55 милиона УСД; Пројекат је употпуњен донацијом Шведске међународне агенције за развој (SIDA), у износу од 1,5 милиона УСД.

- ЕИВ: Пројекат "Обилазница око Београда" потписан је 2010. године, у износу од 40 милиона евра. Неколико пројеката је потписано 2007. године: „Рехабилитација путева и мостова В2" (33 милиона евра); "Рехабилитација моста Газела" (33 милиона евра); и "Обилазница око Београда" (60 милиона евра). Пре поменутих, били су: "Пројекат европских путева - В2" потписан 2004. године (120 милиона евра), "Пројекат рехабилитације путева" потписан 2002. године (95 милиона евра); "Пројекат хитне рехабилитације саобраћаја" потписан 2001. године (37 милиона евра).

- ЕБРД: "Кредит за кружни пут R-251 и рехабилитацију дела аутопута Е 75" потписан 2007. године (25 милиона евра); "Обилазница око Београда", потписан 2007. године (55 милиона евра); "Аутопут Нови Сад - Београд" потписан 2005. године (72 милиона евра); "Пројекат обнове путева" потписан 2002. године (76 милиона евра).

- ЕАР: ЕАР обезбедила је у оквиру CARDS програма донацију Јавном предузећу "Путеви Србије" у висини од милион евра за пројекат „Рехабилитација путева у источној Србији“. За реализацију пројекта „Рехабилитација деоница јавног пута I реда М25 Кладово-Зајечар-Ниш“ обезбедила је 5.200.000 ЕУР, док је ЈП "Путеви Србије", као равноправни финансијски партнер учествовао са еквивалентним финансијским износом од 5.200.000 ЕУР финансирало рехабилитацију одабраних деоница на јавним путевима II реда.

Инфраструктура железничког саобраћаја (за међународни, домаћи, приградски саобраћај, подземним и надземним жељезницама) је у изузетно лошем

²⁸⁴ Schwab K. (Editor), World Economic Forum, *The Global Competitiveness Report 2011-2012*, Geneva, Switzerland, 2011, p. 315.

²⁸⁵ Видети: Статистички годишњак Републике Србије 2013, Саобраћај – *Индекси физичког обима услуга саобраћаја и телекомуникација* (стр. 315-316); и Туризам и угоститељство – *Табела доласци и ноћења туриста по земљама порекла* (стр. 332)

²⁸⁶ Према подацима Јавног предузећа „Путеви Србије“, на дан 26.09.2013.

http://www.putevi-srbije.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=713&Itemid=703&lang=rs

стању, што се за туристе рефлектује кроз спорост и неудобност путовања. Последњих година железница великих брзина постаје све конкурентнија на путовањима средње удаљености, те би улагање у развој железнице било драгоцено за развој туризма Србије. Разлози у свету за развој овог вида саобраћаја су бројни, а најзначајнији су: ниске цене, удобност, брзина, те чињеница да нема губитка времена - попут чекања на аеродромима, или вожњи из града до аеродрома, и сл. Како железнички систем повезује Србију са свим земљама у региону и имају потенцијал за масовност превоза и транспорта, ЕУ, ЕБРД су заинтересоване за финансирање унапређења капацитета и квалитета транспортне инфраструктуре и услуга на паневропским транспортним коридорима и основној регионалној транспортној мрежи југоисточне Европе, те за модернизацију железничке инфраструктуре.

Ни речни саобраћај није довољно развијен у смислу транспорта путника (крстарења, редовне речне бродске линије, и сл.), па су ретке ситуације да странци посећују Србију реком. Речни туризам (Дунав, Сава, канал Дунав-Тиса-Дунав) несумњиво представља економски потенцијал Србије и привлачну туристичку атракцију. Дунав, као најважнија и највећа европска река, већ је део самосталног туристичког производа Србије, коју су у своју понуду укључили светски и европски туроператори, па је неопходо побољшање пратеће транспортне инфраструктуре кроз Србију (инвестирањем у изградњу терминала, приступ бродовима и сервисних капацитета за речна крстарења) у смислу квалитета услуге и доживљаја за госте – кроз тематске целине. Потребно је инвестирати у изградњу научних центара у већим градовима у Србији (Београд, Нови Сад итд.) и научних центара за успутна задржавања са адекватним спортским, културним или историјским садржајима. Европска комисија усвојила је Стратегију ЕУ за дунавски регион 08.12.2010. године, у чију израду су биле укључене и земље које нису чланице ЕУ, међу њима и Србија. Стратегија је базирана на три стуба: на успостављању система безбедне пловидбе и развоју транспорта и пратеће инфраструктуре, заштити животне средине и одрживом коришћењу природног богатства и економском развоју и јачању регионалне сарадње и партнерства у региону Подунавља.²⁸⁷

Ваздушни саобраћај (обухвата редовни саобраћај, чартер, превоз властитим авионом, хеликоптерски саобраћај и др. атрактивни видови ваздушног саобраћаја) има предиспозиције за развој и увећање броја страних туриста, а локацијски, београдски и нишки аеродром, имају потенцијала да постану балкански регионални чвор. Укупан промет путника у ваздушном саобраћају Србије је био 3.150.000 путника у 2011. години, и у благом је порасту у односу на раније године (нпр. 2007. је био 2.551.000, а 2009. године 2.746.000 путника).²⁸⁸ Развојни задатак ваздушног саобраћаја би требао бити изградња нових аеродрома, повезивање са главним европским градовима, као и приступ нискобуџетних авио компанија српском тржишту, у складу са европским и светским трендовима. Доступност дестинације и квалитет услуга у ваздушном саобраћају је важан фактор за развој туристичких

²⁸⁷ Митровић Иван, „Сарадња дунавских администрација за пловне путеве кроз пројекат *NEWADA*”, *Водoprивреда*, Вол.43, бр.1-3, Београд, 2011, стр. 90.

²⁸⁸ Република Србија - Републички завод за статистику, *Статистички календар Републике Србије 2013*, Београд, 2013, стр. 78.

дестинација, нарочито за туристе из удаљених циљних подручја и земаља, којима други видови саобраћаја нису прихватљиви, и нису адекватна опција.²⁸⁹

Инфраструктура поштанско-телекомуникационог система (подразумева телефонске, поштанске и Интернет услуге, ТВ, пословне центре и др.) се оцењује повољном, с обзиром на развијеност оптичке мреже, процес дигитализације који је у току и слично.²⁹⁰ Србија је и корисник Програма подршке развоју политике информационо-комуникационих технологија (ICT PSP), у оквиру Оквирног програма за конкурентност и иновативност ЕУ (CIP – *The Competitiveness and Innovation Framework Programme*), који траје од 2007. до 2013. године.

Пораст физичког обима услуга у ваздушном саобраћају ублажио је негативан утицај пада активности у друмском, железничком и градском саобраћају (у 2012. години). Железнички саобраћај у Србији, посматрано у табели од 2008. године је у константном паду, за разлику од Европе, где је железнички саобраћај много квалитетнији и има већи значај у туризму. Укупно посматрано, одлазак на одмор возом има негативан тренд, али се у европским туристичким путовањима очекује благи пораст квалитета и улоге овог вида саобраћаја.

Табела бр. 1: Индекси физичког обима услуга путничког саобраћаја

2007 = 100						
	Железнички	Друмски	Градски	Пловним путевима	Ваздушни	Укупно
2008.	84,6	105,9	97,8	-	103,6	100,9
2009.	75,6	102,8	90,0	-	80,5	95,3
2010.	75,8	104,4	94,8	-	81,9	98,4
2011.	78,5	104,4	96,4	-	100,3	99,2
2012.	78,4	104,1	95,3	-	102,3	98,6

Извор: Републички завод за статистику РС, Статистички годишњак Републике Србије 2013, Београд, стр. 316.

Структура коришћења појединих превозних средстава разликује се на глобалном, регионалном и локалном нивоу у међународном туризму, те је немогуће вршити генерализовање. На међународном нивоу, ваздушни и копнени саобраћај доминирају са учешћем од 92% у 2011. и 2012. години.

²⁸⁹ Као добар пример можемо навести Сингапур, где су дошли до закључка да је први и последњи утисак који туристе носе са собом из ове земље управо онај који створе на аеродрому. Због тога туриста, већ на самом аеродрому, може да добије буквално «све што пожели» и да бесплатно добије врхунску услугу (нпр. двочасовни обилазак града, биоскоп, простор за одмор и рекреацију, Интернет приступ, итд).

²⁹⁰ Horwath Consulting Zagreb и Економски факултет, «Стратегија туризма Републике Србије – Први фазни извештај», 25.11.2005. године, стр. 11.

Табела бр. 2: Структура коришћења превозних средстава у међународном промету
- удео у %

ВРСТА ПРЕВОЗА	2007.	2011.	2012.
Ваздушни	47	51	52
Копнени	42	41	40
Водени	7	6	6
Железнички	4	2	2

Извор: UNWTO, *Tourism Highlights 2008*, р. 2; *Tourism Highlights 2012*, р. 4; *Tourism Highlights 2013*, р. 5.

Према подацима UNWTO за 2012. годину, нешто више од половине путника стигли су на своје одредиште авионом (52%), док је 48% путовало другим видовима превоза - друмским (40%), железничким (2%) и воденим (6%). Последњих година бележи се тренд раста ваздушног саобраћаја, на рачун свих осталих видова превоза.

Са друге стране, према информацијама ЕТС, трендови у европским туристичким путовањима су следећи:²⁹¹

- аутомобил је и даље доминантно превозно средство (више од 70%);
- расте улога железничког саобраћаја, који је значајно унапређен;
- постоји негативан тренд притисака на аутобуска путовања;
- у дуголинијском ваздушном саобраћају наставља се склапање стратешких савеза, а у порасту је и број нових дестинација због раста учешћа нискобуџетних авиокомпанија у превозу туриста (ка секундарним аеродромима);
- потражња на тржишту крстарења је у порасту.

Основне циљеве саобраћајне политике Србије треба усмерити на повећање обима и квалитета саобраћајних услуга, ефикасност расположивих видова саобраћаја и целог саобраћајног система, конкурентност, јер је саобраћајни потенцијал Србије недовољно искоришћен и налази се у техничком и технолошком заостатку за другим, посебно западно-европским земљама. Потребно је придржавати се начела одрживог развоја туризма, те настојати да се смање све врсте штетних емисија и минимизирати негативне утицаје туристичког промета.

Три су правца на којима је потребно радити:

- 1) успостављање добре саобраћајне повезаности унутар земље;
- 2) успостављање добре саобраћајне повезаности са окружењем;
- 3) развој транзита.

Захваљујући финансијској подршци ЕУ (која је у вези са стратегијом развоја саобраћајне мреже ЕУ), Србији су отворене додатне могућности за: рехабилитацију и реконструкцију главних саобраћајних мрежа, изградњу путне и железничке инфраструктуре кроз Србију, као и за повећање пловности Саве и Дунава. Наиме, подизање квалитета саобраћајних веза са ЕУ, модеризацијом железнице и аутопутева, најбољи је и најбржи начин укључивања у европски привредни простор и успостављање интерактивних веза са европским центрима. ЕУ планира финансирање чишћења Дунава, отклањање уских грла на паневропском (пловном

²⁹¹ Информације ЕТС из књиге: Čavlek N, Bartoluci M, Prebežac D, Kesar O. i dr., *Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, 2011, str. 204, 205.

путу) коридору 7, реконструкцију и повећање капацитета железничког коридора 10, те повећање друмског коридора 10. Слично је са локалним нивоима, где је приоритет на сређивању комуналних путева, за шта су потребни дугорочни стабилни извори финансирања.²⁹²

И друге међународне финансијске институције заинтересоване су за изградњу саобраћајне инфраструктуре. ЕБРД је заинтересована за Пројекат обнове железнице (нпр. за железничку инфраструктуру, железничка возна средства, електрификацију пруга, те њихову техничко-технолошку модернизацију).²⁹³

Туризам данас захтева и стварање услова за шире увођење комбинованог железничко-друмско-речног транспорта. Ратификовањем Европског споразума о важним међународним правцима комбинованог транспорта и везаним инсталацијама – АГТС, форсира се системски приступ реконструкцији, изградњи и опремању железничких пруга од највећег међународног значаја, терминала за комбиновани транспорт, граничних прелаза и остале инфраструктуре, а и створени су предуслови за привлачење међународних финансијских организација по питању зајмова и донација у области транспортне инфраструктуре и пратећих постројења.

Подстицаји за развој саобраћаја долазе од међународних организација (путем пројеката обнове путева, мостова, пруга), те као резултат билатералних и мултилатералних споразума са суседним земљама о железничком и комбинованом транспорту.

2. ОБИМ И СТРУКТУРА СМЕШТАЈНИХ КАПАЦИТЕТА

Један од основних показатеља развоја туризма на одређеном подручју је обим смештајних капацитета, по врстама туристичких места и објеката, како их прати званична статистика Републике Србије. Обим расположивих смештајних капацитета, посматрано према броју соба и лежаја, основа су за израчунавање економских ефеката туризма, али и процену будућих туристичких кретања.

Посета туриста бањама Србије представља дугу традицију и важну основу досадашњег и будућег развоја туризма Србије. Званични подаци о посетама туриста бањама у Србији, постоје за период још од пре Првог светског рата (од 1894. године до 1908. године),²⁹⁴ када су прикупљани подаци само за бање под државним надзором. Други период, између два светска рата (од 1929. до 1933. године), покрива детаљнија статистика хотелских капацитета, изражена њиховим

²⁹² Европска комисија, Радни документ: Акциони план – прилог уз Саопштење Комисије Европском парламенту, Савету, Европском економском и социјалном комитету и Комитету региона, *Стратегија Европске уније за Дунавски регион – СОМ (2010) 715*, Брисел, SEC (2010) 1489/3, стр. 11-17.

²⁹³ За ове намене користиће се средства међународних финансијских организација у износу од 140 милиона евра, и то 60 милиона евра за возна средства и 80 милиона евра за инфраструктуру на железници – „Сл. гласник РС“ бр. 101 од 13. новембра 2006. године, *Меморандум о буџету и економској и фискалној политици за 2007. годину, са пројекцијом за 2008. и 2009. годину*, стр. 3 – 166.

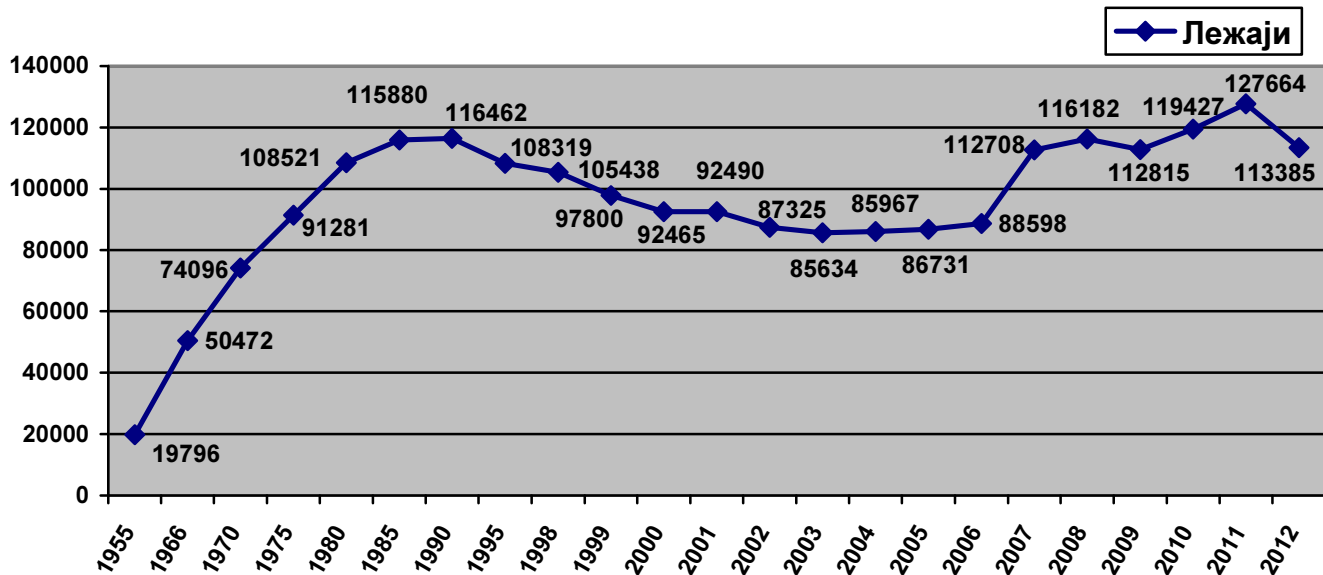
²⁹⁴ На бази Статистичког годишњака Краљевине Југославије (Статистички годишњак Краљевине Југославије, 1898, 2. књига, стр. 438; Статистички годишњак Краљевине Југославије, 1906, 9. књига, стр. 577; Статистички годишњак Краљевине Југославије, 1913, 12. књига, стр. 757)

бројем и бројем лежаја, по појединим туристичким местима у оквиру бановина. Трећи период, после Другог светског рата, одликује квантитативни развој туризма, чији је циљ био да се омогући, путем ниске цене, великом броју туриста да користе смештајне капацитете Србије.

Почетком деведесетих година следи период транзиције, заустављена је изградња нових објеката, туристичка тражња драстично опада и поједини смештајни капацитети стављени су ван употребе, до момента када се за њих пронађе купац, тј. док се не изврши њихова приватизација. Код једног дела постојећих објеката вршена су само мања инвестициона улагања у одржавање објеката, да би и даље егзистирала на туристичком тржишту и била у употреби. Ипак, код таквих објеката, због смањеног коришћења смештајних капацитета, долази и до „губљења корака са временом“, односно до застаревања, ниске заступљености електронског пословања, слабљења квалитета услуга, застаревања технологија које су инсталиране при изградњи објекта, затим не могућност коришћења интернета, клима уређаја и друге стандардне опреме, сагласно категоризацији објекта.

У наредном графикону приказани су смештајни капацитети са којима је располагала Србија у периоду од 1955. до 2012. године, користећи се параметром укупног броја лежаја.

Графикон бр. 1: Распољиви смештајни капацитети у Републици Србији, 1955-2012. - стање 31. августа



Извор: Републички завод за статистику Републике Србије, *Статистички годишњак* (за више година) 1998; 2001; 2002; 2006; 2013.

Према расположивим подацима о броју лежајева, уочавамо два периода раста укупних смештајних капацитета, један од 1955. до 1990. године (када је обим расположивих капацитета повећан за 96.666 лежаја, односно за скоро 6 пута), и други од 2004. до 2011. године, у коме је обим расположивих капацитета повећан

за 41.797 лежаја или за 48,7% у односу на 2004. годину (тј. са 85.867 у 2004. години на 127.664 у 2011. години).

Табела бр. 3: Кретање броја лежаја у укупним смештајним капацитетима Србије, 1995-2012. - стање 31. августа

Година	Број лежаја	Ланчани индекс	Стопа раста/пада (према ланчаном индексу)	Базни индекс (1995=100)	Стопа раста/пада (према базном индексу)
1995.	108319	-	-	-	-
1996.	105955	97,82	-2,18	97,82	-2,18
1997.	105803	99,86	-0,14	97,68	-2,32
1998.	105438	99,66	-0,34	97,34	-2,66
1999.	97800	92,76	-7,24	90,29	-9,71
2000.	92465	94,54	-5,46	85,36	-14,63
2001.	92490	100,03	0,03	85,39	-14,61
2002.	87325	94,42	-5,58	80,62	-19,38
2003.	85634	98,06	-1,94	79,06	-20,94
2004.	85867	100,27	0,27	79,27	-20,73
2005.	86731	101,01	1,01	80,07	-19,93
2006.	88598	102,15	2,15	81,79	-18,21
2007.	112708	127,21	27,21	104,05	4,05
2008.	116182	103,08	3,08	107,26	7,26
2009.	112815	97,10	-2,90	104,15	4,15
2010.	119427	105,86	5,86	110,25	10,25
2011.	127664	106,90	6,90	117,86	17,86
2012.	113385	88,82	-11,18	104,68	4,68

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије, *Статистички годишњак* (за више година) 1998; 2001; 2002; 2006; 2012; 2013. и прорачуни аутора.

Из табеле уочавамо да је у посматраних 18 година, када се узме да је базна 1995. година, раст смештајних капацитета бележен од 2007. до 2011. године, и то по врло високим годишњим стопама раста од 4% (2007. године) до 17% (2011. године), да би у 2012. години био забележен пад, јер одређен број објеката није радио.²⁹⁵ Са друге стране, имали смо и веома дуг период пада расположивих смештајних капацитета, од 1996. до 2006. године (и то чак по стопи од скоро 21% у 2003. и 2004. години).

Обим смештајних капацитета је заправо основни физички показатељ могућности остварења ноћења туриста, док је структура смештајних капацитета, по врстама објеката и туристичких места, показатељ могућности остварења финансијских резултата.

²⁹⁵ „Подаци о смештајним капацитетима објеката публикују се као број соба и број лежајева са стањем 31. августа, односно последњег дана рада целог објекта у августу.“ Републички завод за статистику Републике Србије, *Статистички годишњак Републике Србије 2012*, стр. 318.

Квалитетнији смештајни објекти виших категорија привлаче туристе веће платежне моћи, па се од таквих објеката очекују и већи финансијски резултати. Наиме, такви објекти нуде више интересантних садржаја туристима, у њима туристи дуже одседају, а и утицај сезоне је знатно нижи.

Према подацима надлежног министарства за туризам, у наредној табели су приказани категорисани хотелски капацитети у Републици Србији.

Табела бр. 4: Упоредни преглед категорисаних хотелских капацитета, у 2010, 2011. и 2012. години

ВРСТА ОБЈЕКТА	2010.	2011.	2012.	ИНДЕКС 2012/2011
Хотел	207	211	223	106
Гарни хотел	43	48	66	137
Апарт	1	3	8	267
Депаданси хотела	16	18	20	111
УКУПНО ХОТЕЛИ	267	280	317	113
Укупан број лежаја	24.186	25.841	28.296	111

Извор: Министарство финансија и привреде Републике Србије, Сајт Министарства са стањем на дан: 14.02.2013.

Табела бр. 5: Структура смештаја у хотелима и гарни хотелима у 2012. години

КАТЕГОРИЈА ХОТЕЛА	ХОТЕЛИ УКУПНО		ХОТЕЛИ БР. ЛЕЖАЈА		ГАРНИ ХОТЕЛИ УКУПНО		ГАРНИ ХОТЕЛИ БР. ЛЕЖАЈА	
	бр.	%	бр.	%	бр.	%	бр.	%
* * * * *	9	4,0	1424	6,0	2	3,0	74	3,6
* * * *	50	22,4	5963	25,0	16	24,2	650	31,8
* * *	74	33,2	8644	36,2	21	31,8	629	30,8
* *	71	31,8	6346	26,6	23	34,9	596	29,1
*	19	8,5	1469	6,2	4	6,1	97	4,7
Укупно	223	100	23.846	100	66	100	2.046	100

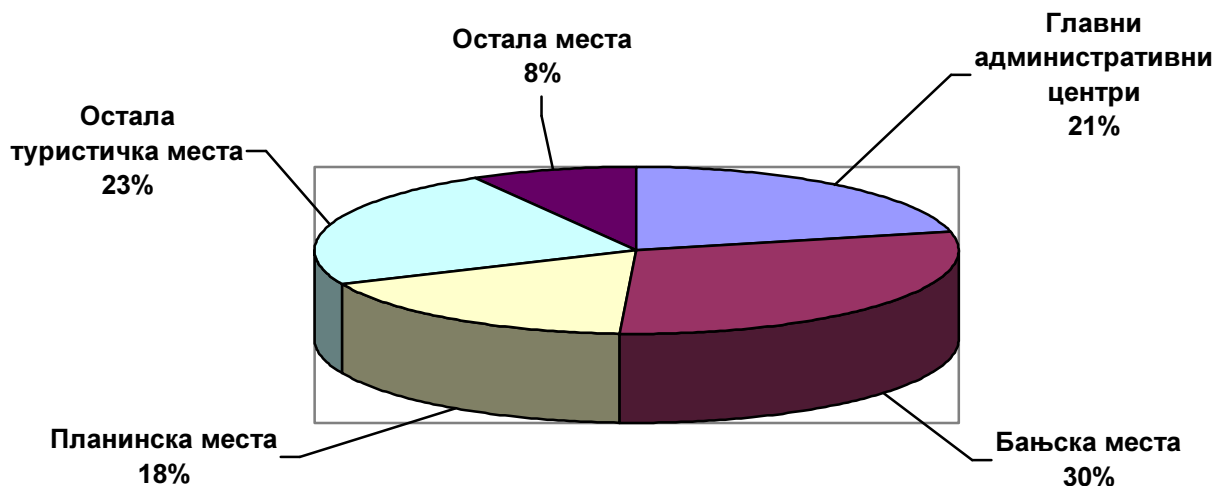
Извор: Министарство финансија и привреде Републике Србије, Сајт Министарства са стањем на дан: 14.02.2013.

Данашња структура смештајних капацитете у Републици Србији, наслеђена из периода када се настојала постићи масовност туристичких посета, врло је разнолика. У укупним смештајним капацитетима Србије најзаступљенији су хотели са учешћем од 33,4%, а приватне собе и приватне куће (у збиру) заступљене су са

9,7%;²⁹⁶ док су нпр. 1989. године²⁹⁷ хотели су чинили 20% расположивих капацитета Србије, а приватне собе 32%.

Највећи број смештајних капацитета данас је средњег квалитета (видети у табели бр. 5). Највећи број хотела и гарни хотела има 2 или 3 звезде (65% и 66,7% респективно), и највећи број лежаја је у тим објектима (62,8% и 59,9%).

Графикон бр. 2: Просторна дистрибуција смештајних капацитета у Републици Србији, укупан број лежаја, 2011.



Извор: Републички завод за статистику Републике Србије, *Статистички годишњак Републике Србије 2012.* стр. 329.

Према претходном графичком приказу, готово 37.445 лежаја налази се у бањама (30%), потом следе остала туристичка места са 29.749 лежаја (23%), административни центри са 27.664 лежаја (21%), планински са 9.618 лежаја (18%) и остала места са 4.263 лежаја (8%). У складу са вековном традицијом развоја бањских и климатских места, највећи број смештајних капацитета (лежаја) у Србији лоциран је у бањским местима, као некад најатрактивнијем природном туристичком ресурсу.

²⁹⁶ Републички завод за статистику Републике Србије, *Статистички годишњак Републике Србије 2013*, стр. 337.

²⁹⁷ Извор: Туризам 1989, стр.43

3. ОСТВАРЕНИ ПРИХОДИ И РАСХОДИ ПО ОСНОВУ ДОМАЋЕГ И ИНОСТРАНОГ ТУРИЗМА

Финансијски и физички показатељи развоја туризма су међузависни, мада се може догодити да на два различита места физички показатељи оствареног туристичког промета буду подједнаки, а да се финансијски разликују. Такви резултати су последица различитих унутрашњих и спољних фактора који утичу на развој туризма одређеног подручја, али и туристичке тражње. Иако је у многим земљама систем туристичког рачуноводства (биланса) заживио у смислу детаљног рашчлањивања и анализе туристичких ефеката туризма, у Србији су подаци о висини и структури туристичке потрошње још увек непознати. Уколико се желе остваривати бољи резултати у туризму Србије, биће неопходно развијати и систем прикупљања, обраде и анализе података, у складу са светским стандардима.

Приходи од туризма су значајна ставка у платним билансима многих развијених туристичких земаља. Раст прихода од туризма позитивно делује на привредна кретања и активности. Финансијска средства, која се остваре од иностраног туризма, имају у начелу једнак мултипликовани ефекат, као и повећање инвестиционе делатности у земљи.

Статистика кретања туристичких прихода и расхода по основу међународних туристичких кретања води се у оквиру платног биланса Народне банке Србије.

У 2012. години, девизни прилив од туризма у Републици Србији износио је 707,76 милиона евра, што је, ако узмемо 2008. годину као базу, раст од 10,6%. Ако посматрамо годину за годином, не можемо говорити о стабилној тенденцији раста. У посматраних пет година, од 2008. до 2012. године, Србија, земље у региону и цела Европа, биле су снажно притиснуте теретом светске економске кризе.

Табела бр. 6: Девизни прилив Србије од туризма, 2008-2012.

ГОДИНА	ИЗНОС У 000 ЕУР	ЛАНЧАНИ ИНДЕКС	ИЗНОС У 000 УСД	ЛАНЧАНИ ИНДЕКС
2008.	639.900	101	944.251	109
2009.	617.177	97	865.373	92
2010.	604.856	98	798.382	92
2011.	710.132	117	991.660	124
2012.	707.761	99,7	906.127	91

Извор: НБС, Девизна статистика НБС (ITRS), РЗС, Платни биланс Републике Србије, 2007-2012. - Директорат за економска истраживања и статистику, Одељење за статистику платног промета

Према Меморандуму о буџету и економској и фискалној политици за 2011. годину са пројекцијама за 2012. и 2013. годину, циљ политике у области туризма поред осталог, је „достизање 1,5 милијарди УСД девизног прилива од туризма“²⁹⁸.

²⁹⁸ Меморандуму о буџету и економској и фискалној политици за 2011. годину са пројекцијама за 2012. и 2013. годину, „Службени гласник РС“ број 102/10.

Структура девизног прилива од туризма у Републици Србији приказана је у наредној табели (рађена у НБС према петом издању упутства о платном билансу ММФ -а). Поредећи податке из 2012. године са истим у 2003. години уочавамо да је девизни прилив од туризма у Србији повећан за 5,7 пута.

Табела бр. 7: Структура девизног прилива од туризма у Републици Србији, 2003-2012.

ОСНОВ	ГОДИНА						
	2003.	2004.	2005.	2006.	2011.	2012.	2012/ 2003.
	- у хиљадама УСД						- у %
Здравствене услуге туристима – бање, трошкови лекарске неге	6.788	8.329	9.881	13.165	40.805	31.235	4,6
Измирење салда на рачуну платне картице	81.112	131.105	185.374	250.484	454.699	426.544	5,3
Откуп чекова од нерезидената	16.596	16.580	21.769	18.095	814	2.209	0,13
Откуп ефективног страног новца од нерезидената	41.569	42.264	50.036	67.069	34.150	25.750	0,62
Услуге тур. агенције (дознаке у корист тур. агенција, укључујући и авансе) услуге хотела, других смештајних објеката, ресторана и др.	10.056	11.297	14.935	18.730	57.241	49.861	4,96
Туризам – остало (продаја робе и услуга страним лицима-туристима, домаће валуте у иностранству, примљена покрића за подигнути ефек. стр. новац са штедних књижица нерезидената код домаћих банака и трошкови школовања – стипендије, специјализације и др.)	2.302	11.206	22.154	41.442	30.353	28.401	12,3
Ванпансионска потрошња туриста (процена)	-	-	-	-	373.598	342.127	-
УКУПНО	158.423	220.781	304.149	408.985	991.660	906.127	5,71

Извор: Девизна статистика НБС (ITRS), Структура девизног прилива од туризма - Директорат за економска истраживања и статистику, Одељење за статистику платног промета

Напомена: Процена ванпансионске потрошње туриста уведена је од 2007. године

Посматрамо ли претходну табелу, уочавамо раст девизног прилива од туризма у Републици Србији по свим ставкама. Примера ради ставка Туризам – остало (продаја робе и услуга страним лицима-туристима, домаће валуте у

иностранству, примљена покрића за подигнути ефективни страни новац са штедних књижица нерезидената код домаћих банака и трошкови школовања – стипендије, специјализације и др.) порасла је са 2,3 милиона УСД у 2003. години на 28,4 милиона УСД у 2012. години (више од 12 пута).

При сагледавању економског значаја туризма, посебно место би требало да заузима девизни прилив по основу ванпансионске потрошње туриста, који се процењује на 342,1 милион УСД, а што је 37,8% укупног девизног прилива од туризма у Републици Србији.

Табела бр. 8: Структура девизног одлива од туризма у Републици Србији, 2003-2012.

ОСНОВ	ГОДИНА				
	2003.	2005.	2011.	2012.	2012./2003.
	- у хиљадама УСД				- у %
Измирење салда на рачуну платне картице	37.676	90.360	120.085	122.258	3,24
Службена путовања у иностранство	64.614	88.388	223.398	213.639	3,31
Продаја ефективног страног новца нерезидентима (ретрансфер за неутрошене динаре)	1.736	3.110	44.755	33.113	19,07
Здравствена заштита наших осигураника у иностранству	730	2.362	11.073	6.663	9,1
Трошкови за школовање (школарине, стипендије, специјализације и др.)	3.153	5.334	24.098	20.063	6,36
Услуге туристичких агенција (дознаке у корист туристичких агенција, укључујући и авансе), услуге хотела, других смештајних објеката, ресторана и др.	32.924	53.347	185.705	170.258	5,17
Туризам – остало (подигнути ефек. страни новац са штедних књижица страних банака, плаћања у иностранству за продате чекове страних издавалаца, продаја чекова нерезидентима, продаја роба и услуга туристима и куповина домаће валуте у иностранству)	2.015	2.485	3.888	1.897	0,94
Ванпансионска потрошња туриста (процена)	-	-	500.576	448.833	-
УКУПНО	142.848	245.387	1.113.578	1.016.724	7,12

Извор: Девизна статистика НБС (ITRS), Структура девизног одлива од туризма - Директорат за економска истраживања и статистику, Одељење за статистику платног промета

Напомена: Процена ванпансионске потрошње туриста уведена је од 2007. године

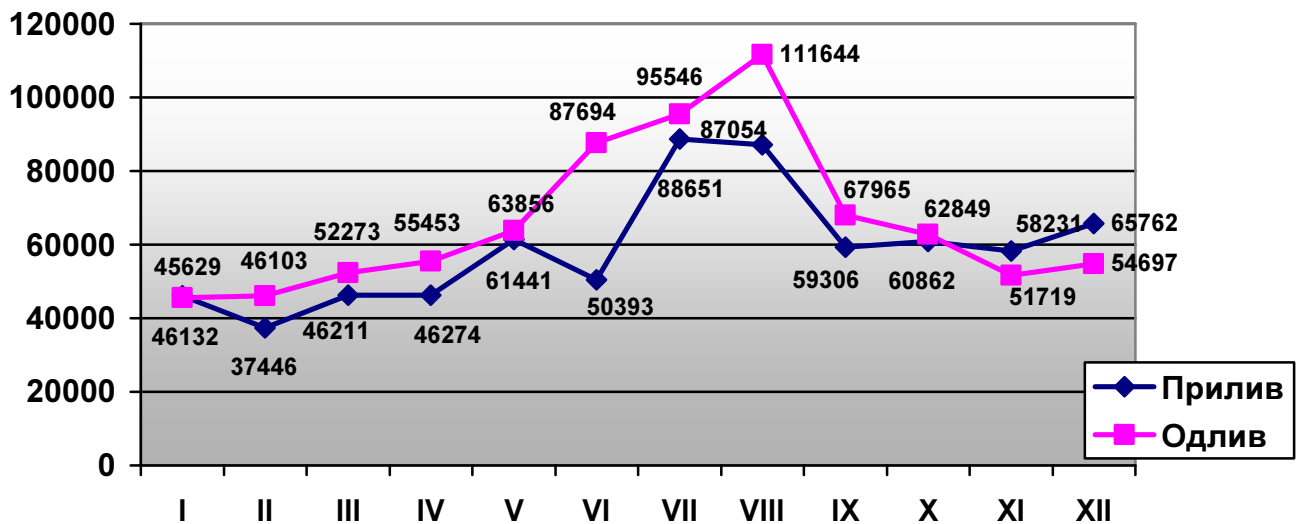
Девизни одлив средстава по основу туризма такође је повећан (по основу готово свих ставки у горњој табели) са 142,9 милиона УСД у 2003. години на 1,02

милијарди УСД у 2012. години, односно 7,12 пута. Највећи девизни одлив средстава регистрован је код: службених путовања у иностранство (213,6 милиона УСД) и услуга туристичких агенција (дознаке у корист туристичких агенција, укључујући и авансе), услуга хотела, других смештајних објеката, ресторана и др. (170,3 милиона УСД). Девизни одлив по основу ванпансионске потрошње туриста процењује се на 448,8 милиона УСД, што је за 31,2% више од девизног прилива по основу ванпансионске потрошње туриста.

Укупан девизни одлив средстава по основу туризма у Републици Србији за 12,2% је већи од укупног девизног прилива средстава по основу туризма у 2012. години.

Анализа дуже временске серије података, показује снажан утицај сезонског карактера туризма, без назнака о равномернијој дистрибуцији током године код европских туриста због навике коришћења годишњих одмора током летњих месеци, али то донекле ублажавају међународни празници који се славе свуда у свету.

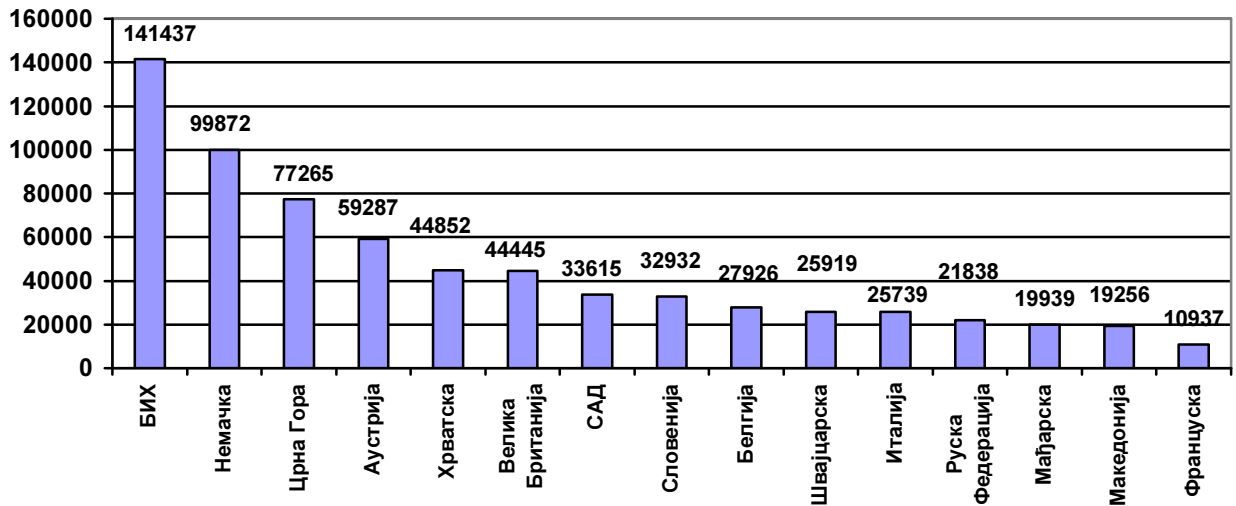
Графикон бр. 3: Укупан девизни прилив и одлив од туризма Србије по земљама, месечни приказ (I-XII 2012. године) - у еврима



Извор: Девизна статистика НБС (ITRS), Биланс услуга, јануар-децембар 2011/2012. http://www.nbs.rs/internet/cirilica/80/platni_bilans.html

Девизни прилив од туризма Србије значајније се повећава само током јула и августа, углавном када туристи из Европе користе годишње одморе, али и око Нове године, Ускрса и Првомајских празника, услед већег прилива наших грађана на раду у иностранству, који за празнике и годишње одморе долазе у Србију. Највеће приходе имамо од туриста из Босне и Херцеговине, Немачке и Црне Горе. Земље чланице ЕУ (19 земаља) у девизним приходима од туризма учествују са 430,3 милиона УСД (или 52,5%).

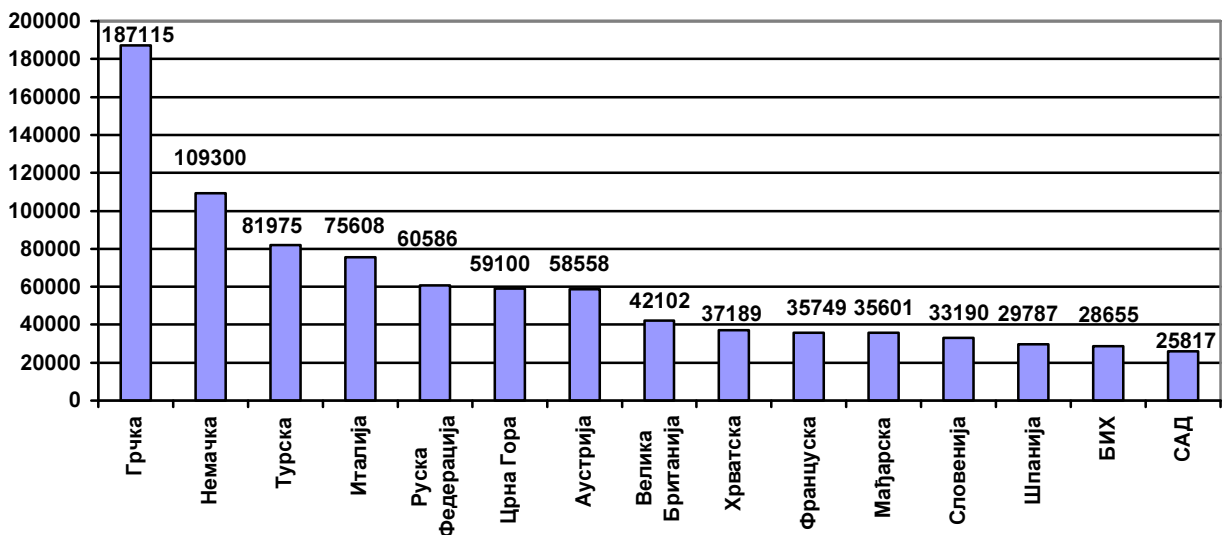
Графикон бр. 4: Најзначајније земље у девизном приливу од туризма Србије, јануар-децембар 2013. - у хиљадама евра



Извор: Девизна статистика НБС (ITRS), Укупан девизни прилив од туризма по земљама, јануар- децембар 2013.

Највећи одлив девиза по основу туризма дешава се током летњих месеци, од јуна до августа, а грађани Србије највише потроше у Грчкој, Немачкој и Турској. Када посматрамо салдо девизних прихода и расхода по основу туризма у последњих неколико година учачамо да Србија све више добија обележја емитивне земље.

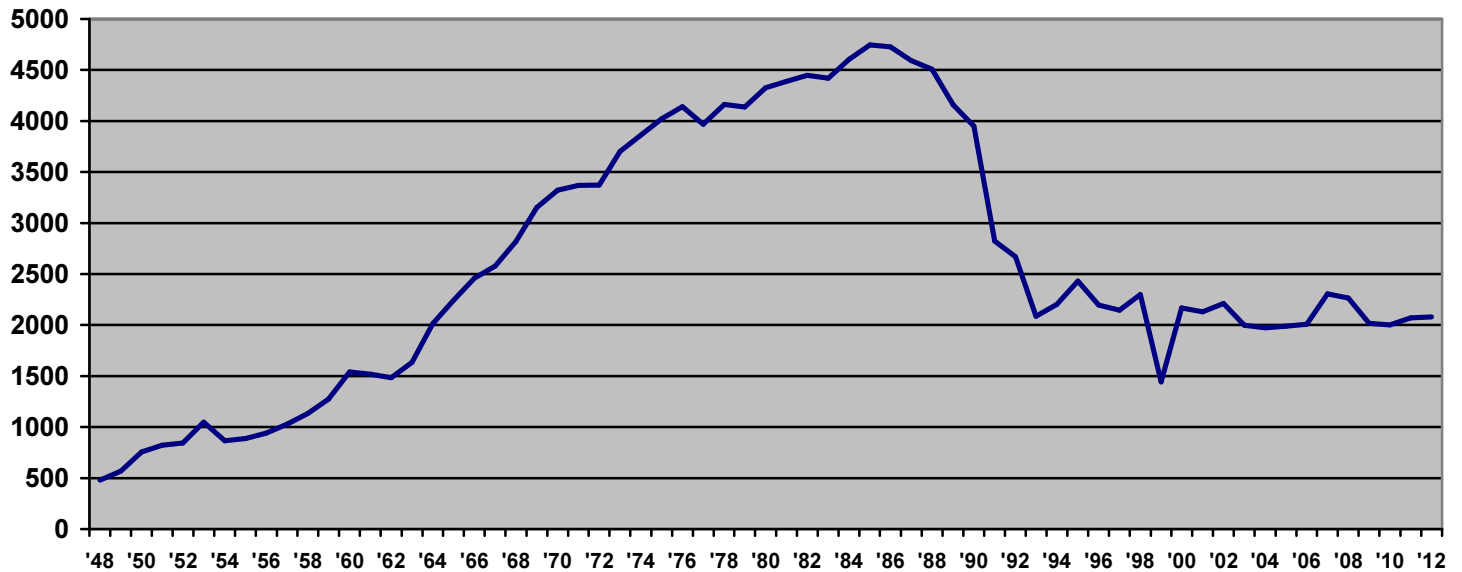
Графикон бр. 5: Најзначајније земље у девизном одливу од туризма Србије, јануар- децембар 2013. - у хиљадама евра



Извор: Девизна статистика НБС (ITRS), Укупан девизни прилив од туризма по земљама, јануар-децембар 2013.

Битна ставка раста/пада прихода од туризма су и квантитативни/физички показатељи развоја туризма Србије, а ту су број остварених долазака и ноћења туриста. Према подацима Завода за статистику, Србија је у 2012. години остварила укупно 2,08 милиона туристичких долазака, при чему је учешће домаћих туриста износило 61,1%, а страних 38,9% (ради поређења у Хрватској је 2012. године било 11,8 милиона туристичких долазака, од тога 12,4% домаћих и 87,6% су страних)²⁹⁹.

Графикон бр. 6: Кретање броја остварених долазака туриста у Србију, 1948-2012.



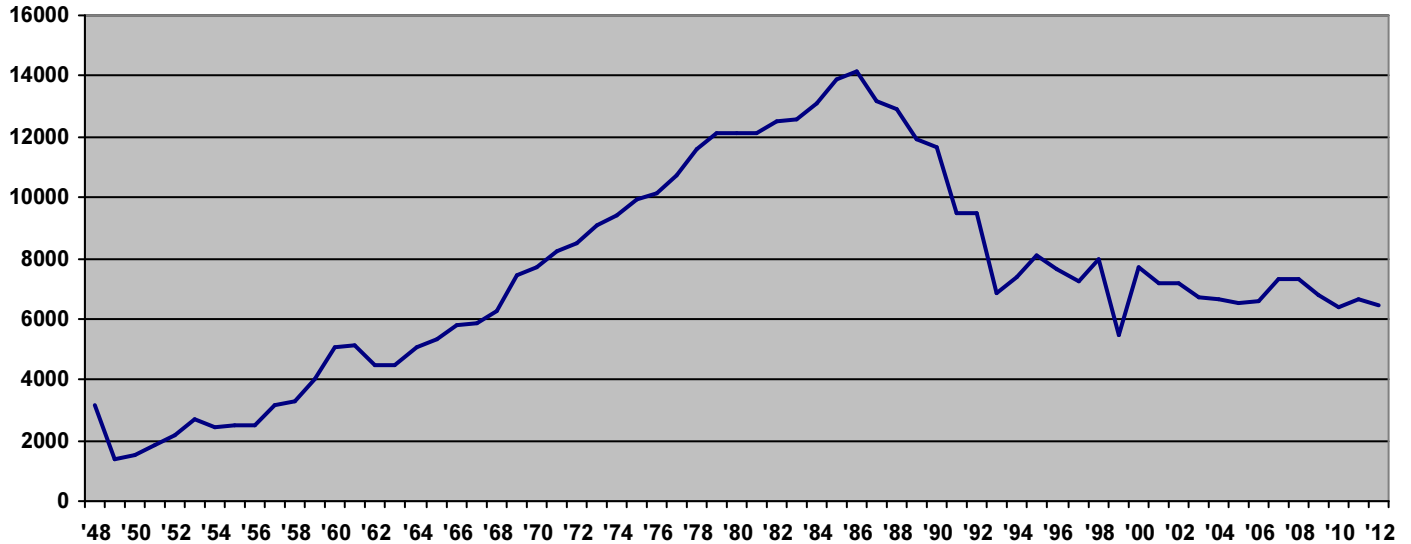
Извор: Републички завод за статистику Републике Србије, Два века развоја Србије: статистички преглед, 2008. стр. 221-223.

Посматрајући дешавања у Србији од 1948. до данас, уочава се неколико значајних периода успона и падова туризма. До 1987. године био је период успона туризма, када је годишње било између 4,5 и 4,7 милиона долазака туриста. Уласком у процес транзиције, па потом рат у појединим Републикама некадашње СФРЈ и излоација, утицали су на драстичан пад броја туриста. Следио је још један оштар пад долазака туриста, као последица бомбардовања Србије 1999. године. Целокупна туристичка ситуација погоршана је ригорозним визним режимом са иностранством, а посебно поштравањем визног режима са суседним земљама. Од 2000. године, дешавале су се мање осцилације у броју долазака туриста, те се у последње 4 године, од 2009. до 2012. године, број долазака туриста стабилизовао на приближно 2 милиона.

Просечна дужина боравка туриста у Србији је 3,2 дана (у периоду 2007. до 2012. године), према подацим Републичког завода за статистику РС. Од укупног броја ноћења туриста, већи део чине краткотрајна задржавања пословног карактера, док мањи део чине посетиоци у туристичким објектима.

²⁹⁹ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, *Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2013*, Zagreb, decembar 2013, str. 417

Графикон бр. 7: Кретање броја остварених ноћења туриста у Србији, 1948-2012.



Извор: Републички завод за статистику Републике Србије, Два века развоја Србије: статистички преглед, 2008. стр. 221-223.

Број остварених ноћења туриста је поузданији показатељ развоја туризма од броја долазака туриста, за статистичке анализе, јер не постоји могућност вишеструког регистравања туриста, као што је случај код долазака туриста (у случају промене места боравка или објекта). Други разлог је што се управо на основу остварених ноћења туриста генеришу приходи по основу туристичке потрошње, али и други везани ефекти. Једини проблем који се појављује код ове анализе је, што може да обухвати само формално регистрована ноћења, док један број стварно остварених ноћења, у статистичким прегледима, остаје нерегистрован (тзв. сива економија).

4. ВАЛОРИЗАЦИЈА РАСПОЛОЖИВИХ ТУРИСТИЧКИХ ПОТЕНЦИЈАЛА

Туристичку валоризацију можемо дефинисати као оцењивање садржаја одређене туристичке понуде. Туристичка валоризација може бити на нивоу земље, регије, општине и ужег локалитета, при чему се узима у обзир укупност природних, угоститељских, комуналних, саобраћајних и других потенцијала, који улазе у састав туристичке понуде.

Кључни елементи туристичке валоризације би били: предмет туристичке валоризација (туристичке вредности неког ресурса или простора у целини), критеријуми (односно елементи за оцењивање), циљ (процена употребне и развојне вредности туристичког потенцијала, према капацитетима и значају) и давање препорука за доношење мера и предузимање активности.

Валоризовање расположивих туристичких потенцијала, представља први и основни корак у формирању жељеног портфолија туристичких производа на бази којег ће нека земља конкурисати на туристичком тржишту. Туристичка валоризација требало би да пружи податаке о размештају, структури, обиму и динамичким одликама сваког елемента природне средине. “Извесно је да географски и економски приступ у свему овоме имају посебан значај. Географски, јер је реч о просторним и битним својствима њиховог природног комплекса, а економски, јер има за задатак да све природне изворе и услове економски димензионира и валоризује, утврђивањем економске ефикасности њиховог искоришћавања.”³⁰⁰

Туристичка вредност ресурса или простора одређује се на основу четири својства атрактивности, и то: рекреативно, куриозитетно, знаменито и естетско; и оценом осталих елемената, а то су: повољност географског положаја, удаљеност и саобраћајна повезаност са туристичким емитивним тржиштима, величина извора тражње, положај ресурса у односу на главне туристичке токове и положај према конкурентским и комплементарним туристичким просторима.³⁰¹

Према Др Марији Максин-Мићић аутентичност туристичке дестинације заснива се на атрактивности простора, а за валоризацију аутентичности значајни су атрактивност туристичких ресурса, квалитет доступности и уређеност простора.³⁰²

Целокупна туристичка понуда требала би да буде сачињена из природних (климатски, геоморфолошки, хидрографски, биогеографски – флора и фауна, пејзажни) и друштвених ресурса (културно-историјски, етнографски, амбијентални, манифестацијски и уметнички), односно из туристичке вредности простора.

Међународне организације и институције данас велику пажњу усмеравају ка очувању природних и друштвених ресурса, како би се елементи материјалног и нематеријалног наслеђа сачували од заборавља. У тим залагањима нарочито се истичу УН и UNESCO, које одређеним мерама и акцијама утичу на државе да сачувају своје наслеђе. Тако су се УН, са својих пет агенција: UNICEF, UNDP,

³⁰⁰ Динић Ј, *Економска географија*, Економски факултет, Београд, 1994, стр. 60-69.

³⁰¹ Čavlek N, Bartoluci M, Prebežac D, Kesar O. i dr., *Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, 2011, str. 129, 130.

³⁰² Мићић Максин М, *Туризам и простор*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2008, стр. 80.

UNEP, FAO, UNWTO, ангажовале на „Мастер плану одрживог развоја руралног туризма у Републици Србији“.³⁰³

Да би се предупредило активирање различитих деградационих процеса природе и снижавање њеног квалитета, а што може да доведе у питање опстанак и даљи развој туризма, неопходно је размотрити међусобне односе између природе, туристичких објеката и туриста. То подразумева давање препорука за предузимање потребних мера (као нпр. еколошке заштите у условима туристичке експлоатације), којим се желе спречити неоправдани губитци.

Треба имати у виду да су многе просторне целине и објекти, од културног, научног и естетског значаја су под посебном заштитом UNESCO, што је још један пут у правцу заштите њихове оригиналности и очувања за будуће генерације.

Туристичка валоризација се обично спроводи на основу законских прописа, или других одредаба надлежних органа. У Србији, основе развоја туризма до 2015. године и приоритетне туристичке дестинације утврђене су Стратегијом туризма Републике Србије, а министарство надлежно за туризам одабрало је једанаест туристичких дестинација Србије ради израде пословних (мастер) планова.³⁰⁴

Стратегијом развоја туризма Републике Србије утврђено је да су за Србију посебно интересантни следећи туристички производи:³⁰⁵

- градски одмор (City break),
- кружна путовања (Touring),
- пословни туризам + MICE,
- здравствени туризам (Spa/wellness),
- планине и језера (Mountain and Lake Holidays),
- наутика,
- догађаји (Events)
- рурални туризам, као и
- специјани интереси.

За валоризацију поменутих туристичких производа коришћен је критеријум очекиваног доприноса развоју туризма Србије и друштвено-економском развоју земље у целини. Оцењивање је спроведено на бази дефинисаних варијабли тржишне атрактивности, према Портеру, допуњене варијаблама релевантним за актуелно тренутно стање друштвено-економског развоја Србије.³⁰⁶

Према истраживању спроведеном у Стратегији развоја Србије, највредније постојеће ресурсе у Србији представљају: култура, догађаји, природа и

³⁰³ Детаљније погледати: Заједнички програм UN „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“ финансиран од стране шпанског Фонда за достизање миленијумских циљева развоја - *Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији*, 7. јун 2011.

³⁰⁴ Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, *Пословни (мастер) план туристичке дестинације Златибор-Златар*, Београд, 2007, стр. 1

³⁰⁵ Horwath Consulting Zagreb и Економски факултет, «*Стратегија туризма Републике Србије – Први фазни извештај*», 25.11.2005. године, стр. 118.

³⁰⁶ Ради се о следећим варијаблама: претња уласка нових конкурената, претња супститута, интензитет конкуренције, преговарачка снага на страни купца, преговарачка снага на страни добављача, волумен потражње, потенцијал раста потражње, креирање имица, брзина привлачења инвестиција, висина потребних улагања и техничка и управљачка комплексност. Извор: Porter M.E, *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York, 1990.; Horwath Consulting Zagreb и Економски факултет, «*Стратегија туризма Републике Србије – Први фазни извештај*», 25.11.2005. године, стр. 119.

гастрономија, међутим, они још увек нису довољно туристички валоризовани и претворени у туристичке атракције.

Туристичка понуда наше земље има предуслове (почев од природних лепота, еколошке очуваности природе и животне средине до бројних културно-историјски споменика), за развој свих сегмената туризма - планиског (зимско-спортског), бањског (климатских леčiliшта), културно-историјског, ловног, риболовног, конгресног и других видова туризма. „Српски туристички потенцијали нису досад довољно валоризовани, јер туризам није никад био озбиљна тема развојне политике Републике Србије... Поред многобројних туристичких потенцијала, српски туристички производи нису адекватно развијени, нити комерцијализовани на светском туристичком тржишти.“³⁰⁷ Степен валоризације туристичких потенцијала и ниво развоја туризма је далеко испод ресурсних и тржишних могућности. Србија не остварује привредне резултате у туризму које би могла, јер модерних видова понуде који подразумевају тематске паркове, нове инфраструктуре и технологије, организовану понуду за специјална интересовања и слично, заправо нема.

Валоризација туристичког потенцијала на локалном нивоу, општине односно града, у циљу заштите туристичких вредности, обезбеђује се израдом програма развоја туризма и планских аката у складу са прописима о планирању и уређењу простора. Битна претпоставка за стварање услова за прихват и боравак туриста у туристичким местима је подстицање носилаца туристичке понуде да учествују у стварању атрактивног туристичког амбијента (што подразумева комунално опремање и одржавање, подстицање изградње спортско-рекреативних и других пратећих садржаја од значаја за туризам). Од нарочитог интереса за унапређење туризма града је организовање информативно-пропагандне делатности, спортских, културних и других догађаја.

Међународне организације и институције у туризму могу да помогну процес туристичке валоризације природних и друштвених ресурса Србије, одговарајућом техничком и финансијском помоћи.

ЕУ на пример, кроз различите програме и годишње активности (нпр. програм „Европски главни град културе“, „Европски месец културе“, „Изузетне дестинације Европе“, и слично) настоји да покаже свету до сада непознато туристичко наслеђе Европе, а да би то и практично омогућила, одобрава подстицајна средства кроз различите пројекте за његово очување, унапређење и развој. Чињеница је да би оваква врста сарадње са ЕУ, допринела употпуњавању туристичке понуде Србије, чиме би се постигла и већа конкурентска способност туристичког производа и боља усклађеност са међународним стандардима.

Међународних организације и институције, у процесу туристичке валоризације исказују своју спремност да пруже више врста помоћи, почев од тзв. техничке и саветодавне помоћи, помоћи код израде мастер планова, обуке људских ресурса за потребе развоја туризма, па све до финансирања различитих програма у туризму, што свакако треба имати у виду код препорука и мера за побољшање стања у туризму.

³⁰⁷ „Службени гласник РС“ бр. 91/2006, *Стратегија развоја туризма Републике Србије-2*. Постојеће стање

II АНАЛИЗА ОДНОСА ИЗМЕЂУ СТРАНИХ УЛАГАЊА И РАЗВОЈА ТУРИЗМА СРБИЈЕ

Данас је незамислив развој туризма без међународног пословног финансирања било од стране међународних организација, банкарских институција или од стране резидената различитих држава.

Туристичка привреда, без обзира на достигнути степен њене развијености, захтева континуирано улагање почев од изградње базичних услова за обављање туристичке делатности, који подразумевају квалитетну туристичку инфраструктуру, адекватне смештајне капацитете, до осавремењавања пословања, формирања квалитетног менаџмента и увођење савремених видова комуникација са глобалним тржиштем.

Инвестиције у инфраструктуру и супраструктуру у туризму су подједнако широк појам као и “туризам”, а подразумевају улагање средстава у одржавање и модернизацију постојећих и изградњу нових туристичких објеката.³⁰⁸ Ширина појма туристичких инвестиција произилази из чињенице да у општем смислу туристички објекти обухватају саобраћајне објекте и средства, комуналне објекте и уређаје, угоститељске објекте и бројне друге различите садржаје за разоноду у туристичким местима и подручјима, а не само туристичке објекте (хотеле, мотеле и слично).

Полазећи од основних дефиниција и праксе развијених туристичких земаља под инвестицијама се подразумевају сва улагања у адаптацију, модернизацију, проширење, замену и нову изградњу објеката у угоститељству, саобраћају, трговини као и улагања у друге објекте ван ових делатности који учествују у формирању туристичке услуге, затим улагања у трајна обртна средства потребна за нормално функционисање туристичких делатности.

Туристичка изградња, адаптација и опремање захтева велика улагања капитала, па је у програмима и пројектима развоја туризма често потребно учешће већег броја инвеститора, и кредитирање или субвенционисање из страних (банака, организација) и домаћих (републичких и локалних) извора. Нису ретки ни примери заједничког учешћа домаћих и страних инвеститора у изградњи туристичких капацитета и развоју других привредних области везаних за туризам.

Обично према извору порекла капитала, говоримо о јавном и приватном капиталу.³⁰⁹ Јавни капитал потиче од међународних институција (ММФ, IBRD, IFC, IDA, регионалних развојних банака, итд.), државних институција, централних банака и слично; док се приватним капиталом сматра капитал појединаца, приватних предузећа, акционарских друштава, пословних банака и невладиних организација.

³⁰⁸ Уопштено о појму, значају и врстама инвестиција видети: Вукадиновић П, Јовић З, *Инвестиције*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2012, стр. 5-27.

³⁰⁹ Јовановић-Гавриловић П, *Међународно пословно финансирање*, Економски факултет, Београд, 2004, стр. 153-154.

Финансијска средства за развој туризма Србије су варирали по висини учешћа и облицима, а потицала су из различитих извора, укључујући средства међународних организација, финансијских институција, земаља донатора, разних фондова и слично. Највећи донатор средстава за развој туризма у Европи је ЕУ, нарочито од треће Ломе Конвенције када је наглашен значај туризма као сектора погодног за инвестиције и помоћ неразвијеним регионима.

ЕУ помаже реализовање националних развојних пројеката у туризму који покривају различите сегменте туризма, кроз више различитих регионалних и тематских стратегија. Сличан заокрет ка развоју туризма медитеранских земаља, одиграо се применом Декларације из Барселоне и Резолуције Савета ЕУ о евро-медитеранској сарадњи у туризму,³¹⁰ када је сарадња са евромедитеранским земљама остварена кроз програме развоја инфраструктуре, окружења, људских ресурса, приватног сектора и здравства.

Када је реч о међународним финансијским институцијама, оне одобравају општеразвојне и пројектне зајмове. Начин коришћења средстава код општеразвојних зајмова није прецизно дефинисан, док су код пројектних зајмова средства намењена за тачно утврђене пројекте. „Посебан облик међународних зајмова су међународни јавни зајмови који могу бити билатерални, на бази међународних споразума, и мултилатерални, које одобравају међународне финансијске организације кроз разне облике међународне монетарне и финансијске сарадње (ММФ) или помоћ развоју (Светска банка и регионалне развојне политике). Ова средства се углавном одобравају под условима (нижа камата, дужи рок отплате, период чека) који су повољнији од стандардних тржишних услова.“³¹¹ Додатни капитал из иностранства отвара могућности за инвестирање у веће финансијске пројекте од оних што домаћа акумулација може поднети, као и потпуније и ефикасније коришћење домаћих ресурса. Повећано улагање капитала има мноштво позитивних последица, и то на раст запошљавања, јачање конкуренције (што води побољшању услуга, снижавању цена, и сл.), трансфер нових технологија, уравнотежавање трговинског биланса и слично.

Развој туристичке делатности, усклађује се са дугорочним развојним тенденцијама, како би се омогућила реализација циљева не само у туризму, него и у осталим делатностима. Нпр. изградња инфраструктуре за потребе туризма, није само подређена потребама туризма, него и ширим развојним потребама. У оваквим случајевима, координација активности је битан фактор од кога зависи правилна просторна дистрибуција улагања у туризам, дефинисање садржаја, те приоритетних зона и одређивање временских фаза улагања.

Ово се посебно односи на директне инвестиције, јер код директних инвестиција власник капитала задржава контролу над уложеним средствима, одлучује о томе где ће пласирати капитал и на који начин ће доћи до финансијских резултата (коришћењем сопственог или већ познатог брэнда, као на пример код куповина познатих ланаца хотела - Хајат, Интерконтинентал, итд.), а да при томе

³¹⁰ Official Journal of the EU C 155, 30.05.1996, p. 1.

³¹¹ Капор П, *Међународне финансије и банкарство*, Мегатренд универзитет, Београд, 2009, стр. 35.

земља у коју се улаже не може да утиче на начин коришћења средстава, осим кроз дефинисање општих услова за пласман страног капитала.³¹²

Карактеристично је да се инвестициони пројекти у туризму углавном финансирају из више различитих извора и то комбинацијом сопствених средства (домаће непосредне туристичке делатности) са иностраним банкарским кредитима.

Још један од могућих облика страних улагања у туризам је примена уговорних аранжмана наших предузећа и представника туристичке привреде у иностранству или у сарадњи са великим, међународно оријентисаним хотелским и туристичким оператерима, који своје активности желе да прошире на нова тржишта, развијајући и своје и домицилне пословне активности (као нпр. уговором о франшизингу, менаџменту, концесијама и сл). Стране инвестиције могу да се јаве и у виду акцијског капитала чиме се јачају тржишни услови пословања и подстиче конкурентска утакмица на туристичком тржишту.

Рентабилност инвестиција у туризам може се разматрати само у вези са економским стањем туризма и у односу на друге делатности, тј. на бази односа уложених средстава у туризам и уложених средстава у остале привредне делатности. „Инвестицијски капитал у туризму слиједи глобалне свјетске трендове, што значи да се окреће према тржиштима у којима види бољу будућност, односно краће вријеме поврата уложене инвестиције и остварење веће зараде.“³¹³

Развојна снага приватног сектора у туризму на локалном, регионалном и међународном нивоу препозната је као мотор развоја туризма. Приватни сектор покрива све међународне компаније почев од великих, које доминирају у сегменту авиотранспорта, маркетинга, смештаја, до средњих и малих предузећа, која функционишу на нивоу туристичких дестинација. Развој малог бизниса у туризму је значајна претпоставка економског и социјалног развоја, јер обезбеђује сигурне и конкурентне услуге. Ипак, потребна је додатна помоћ јавног сектора и сарадња са националном власти, у смислу постављања законодавних оквира и регионалних планова, како би се постигла координирана активност свих учесника у туризму. Јавни туристички сектор, приватна предузећа и цивилно друштво директно утичу на развој туристичке привреде, а индиректно на друге области, као што су: безбедност, здравље и инфраструктура; те одговорно управљање природним и културним наслеђем: плажама, воденим путевима и језерима, природним парковима, споменицима и музејима. Карактеристично за велике приватне међународне компаније, какве су авиокомпаније, хотелски ланци и туроператери је да се у сваком тренутку могу преоријентисати ка другим дестинацијама, чиме би нестале краткорочне економске користи једне дестинације, а још уколико дестинација нема изграђену развојну стратегију, краткорочни развој може узроковати дугорочне проблеме.

Потребне инвестиције се обично дефинишу према конкретним пројектима и програмима. Међутим, често је пракса да се једним развојним програмом настоји обухватити неколико циљева, који су постављани »уопштено« и сувише амбициозно на нивоу земље или региона, а што у пракси ствара велике потешкоће.

³¹² Јовановић-Гавриловић П, *Међународно пословно финансирање*, Економски факултет, Београд, 2004, стр. 156.

³¹³ Bartoluci M, Čavlek N. i suradnici, *Turizam i sport – Razvojni aspekti / Tourism and Sport – Aspects of Development*, Školska knjiga, Zagreb, 2007, str. 3.

Други проблем дефинисања потребних инвестиција је што се туристички циљеви често везују са »повећањем броја туристичких долазака«, што практично значи »пуњење буџета« и деградацију природног и културно-историјског наслеђа. Приликом планирања инвестиција треба имати у виду да се на страни тражње дешавају демографске, социјалне и културне промене, те да се туристичке навике мењају.

- Прилив страних директних инвестиција у Србију

Укупне „стране директне инвестиције“³¹⁴ у Србији, у периоду од 2001. до 2011. године износиле су око 15 милијарди евра – нето (у Хрватској су нпр. износиле око 21,2 милијарде евра), од чега је приближно 40% инвестирано у приватизацију привреде и финансијског сектора. Поменути износ није био довољан за видљивији опоравак привреде Србије, тим пре што је око 35% укупног прилива страних директних инвестиција било усмерено у секторе неразмљивих добара и услуга, а тек око 15% укупних страних директних инвестиција су биле тзв. гринфилд инвестиције.³¹⁵ Тако је у посматраном периоду, пре свега индустрија остала без неопходних средстава, али и туризам са пратећим делатностима.

Очекивања од страних директних инвестиција су само делимично испуњена, пре свега због ниске почетне стартне основе и лошег стања у привреди, у годинама које су претходиле приватизацији, те неадекватног концепта развоја током саме приватизације. У суштини, модел привредног опоравка заснован на привлачењу страних директних инвестиција кроз приватизацију, није дао очекиване резултате.

Економска помоћ је више очекивана од стране ЕУ и међународних финансијских организација, а стране директне инвестиције од западних земаља, и земаља које су претходних деценија биле значајни економски партнери Србије.

Стране директне инвестиције се, од 2010. године, подржавају бесповратним финансијским средствима из буџета Србије (тзв. подстицајима), која су између осталог намењена стратешким пројектима из области туризма, на целој територији Србије. Средства се одобравају у зависности од облика инвестирања и према броју нових радних места.³¹⁶

Гринфилд стране директне инвестиције су један од основних покретача привредног раста код многих земаља у свету (нарочито у транзицији). Међу примерима гринфилд страних директних инвестиција у смештајне капацитете Србије спадају: хотел „IN“, у који је уложено 20 милиона евра³¹⁷ и Falkensteiner

³¹⁴ Према дефиницији OECD, стране директне инвестиције су категорија улагања која одражавају циљ страног (директног) инвеститора да успостави трајни интерес у неком предузећу или другом правном лицу, које прима директну инвестицију, у привреди другачијој од оне у којој послује директни инвеститор. Статистички доказ (тог односа) представља 10% или више власништва над гласачким правима, које има директни инвеститор. *Извор: OECD, OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment, 2008, p. 17.*

³¹⁵ Биљана Степановић (уредник), *Стране директне инвестиције у Србији 2001 – 2011, Foreign Direct Investments in Serbia 2001-2011*, Business Info Group, Политика, Београд, април 2012, стр. 61

³¹⁶ „Сл. гласник РС“ бр. 107/2009 и 91/2010, *Закон о буџету Републике Србије за 2010. годину*, 9.12.2010. - Буџет намењен туризму у 2010. години је износио близу 4,4 млрд динара, а од тога износа за субвенције је издвојено приближно 2,5 млрд динара.

³¹⁷ Беговић Б, Мијатовић Б, Пауновић М, Поповић Д, Центар за либерално-демократске студије, *Гринфилд стране директне инвестиције*, Београд, 2008, стр. 26

хотел у Београду, у који је уложено око 45 милиона евра. Средствима државног буџета Србије, изграђен је хотел „Стара планина“, којим ће у наредних 15 година управљати Falkensteiner. Хотел је вредан 30 милиона евра.³¹⁸ Отворен у децембру 2011. године, чиме је створена основа за обимнија улагања у туристички центар на Бабином Зубу и уопште развој туризма Источне Србије.

- Анализа корелације између страних директних инвестиција и ВДП

Комплетна анализа корелације између страних директних инвестиција и ВДП налази се у Прилогу.³¹⁹

Суштину регресионе анализе чини истраживање утицаја страних директних инвестиција (нето) на привредни раст, мерено величином ВДП, у периоду од једанаест година, тј. од 2001. године до 2011. године.

Стране директне инвестиције смо посматрали као независно промењиву величину, а ВДП као зависно промењиву.

Према добијеним резултатима, стране директне инвестиције утицале су на раст ВДП у Србији. Међутим, коефицијент детерминације простице линеарне регресије ($r^2 = 0,282$) објашњава 28,2% од свих девијација. Модел је наравно репрезентативнији што је коефицијент детерминације ближи 1.

Наредна табела и дијаграм приказију изворне, неизмењене податке о приливу страних директних инвестиција и његовом утицају на ВДП, у периоду од 2001. до 2011. године.

Табела бр. 1: Стране директне инвестиције и ВДП у Републици Србији

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ВДП, у мил.евра	12.821	16.028	17.306	19.026	20.306	23.305	28.468	32.668	28.954	28.006	31.140
ВДП, per capita, у еврима	1.709	2.137	2.313	2.549	2.729	3.144	3.857	4.445	3.955	3.841	4.290
ВДП, реални раст у %	5,3	4,3	2,5	9,3	5,4	3,6	5,4	3,8	-3,5	1,0	1,6
SDI, нето, у мил. евра	184	500	1.194	774	1.250	3.323	1.821	1.824	1.373	860	1.827
Учешће SDI у ВДП	1,44	3,12	6,90	4,07	6,16	14,26	6,40	5,58	4,74	3,07	5,87
SDI по становнику у еврима	25	67	160	104	168	448	247	248	187	142	251

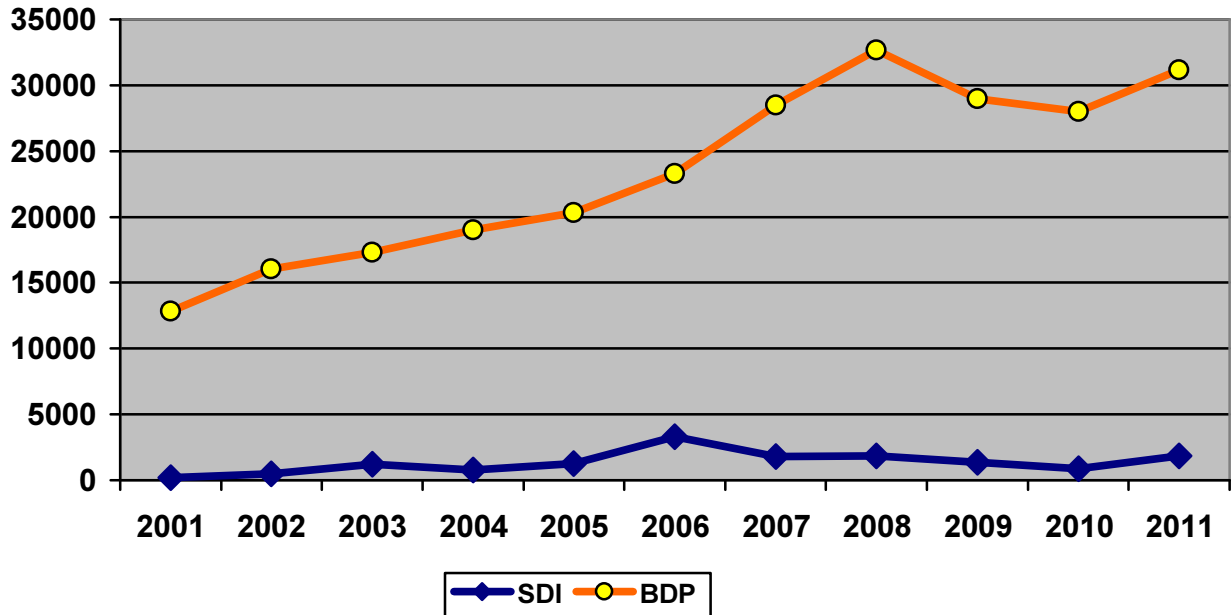
Извор: Народна банка Србије, сајт: <http://www.nbs.rs>, на дан 06.02.2013. Република Србија, Министарство финансија и привреде, *Билтен јавних финансија*, октобар 2012.

³¹⁸ Политика, *Стара планина у ланцу „Фалкеништајнер“*, Додатак: Путовања, Београд, 19.09.2012.

³¹⁹ Прилог: Анализа корелације између страних директних инвестиција и ВДП

Процењује се да су укупне стране директне инвестиције у Србији, у периоду од 2001 – 2011. године, реално расле по просечној годишњој стопи од око 6%

Графикон бр. 3: Дијаграм односа страних директних улагања и ВДП Србије (према изворним подацима)



Узрочно последишна веза између страних директних инвестиција и ВДП у Србији је доказана, тј. растом прилива страних директних инвестиција, расте и ВДП у Србији. Ипак, треба имати у виду да привредни раст зависи од мноштва фактора и да они не могу бити у потпуности обухваћени кретањима страних директних инвестиција или домаћих инвестиција.³²⁰

Упоредним проучавањем статистичких података о страним директним инвестицијама Србије и Хрватске уочава се доста сличности. Наиме, приватизација није дала очекиване резултате, јер је претежно била усмерена на спајања и припајања (*mergers & acquisitions*) предузећа, тј. на *brownfield* инвестиције, где је за постизање профита најлакши начин био смањење броја запослених. Тзв. *greenfield* инвестиције имале су веома мало учешће у укупним инвестицијама, због чега су изостали већи позитивни утицаји на привредни раст, али и на трансфер нових знања и технологија.

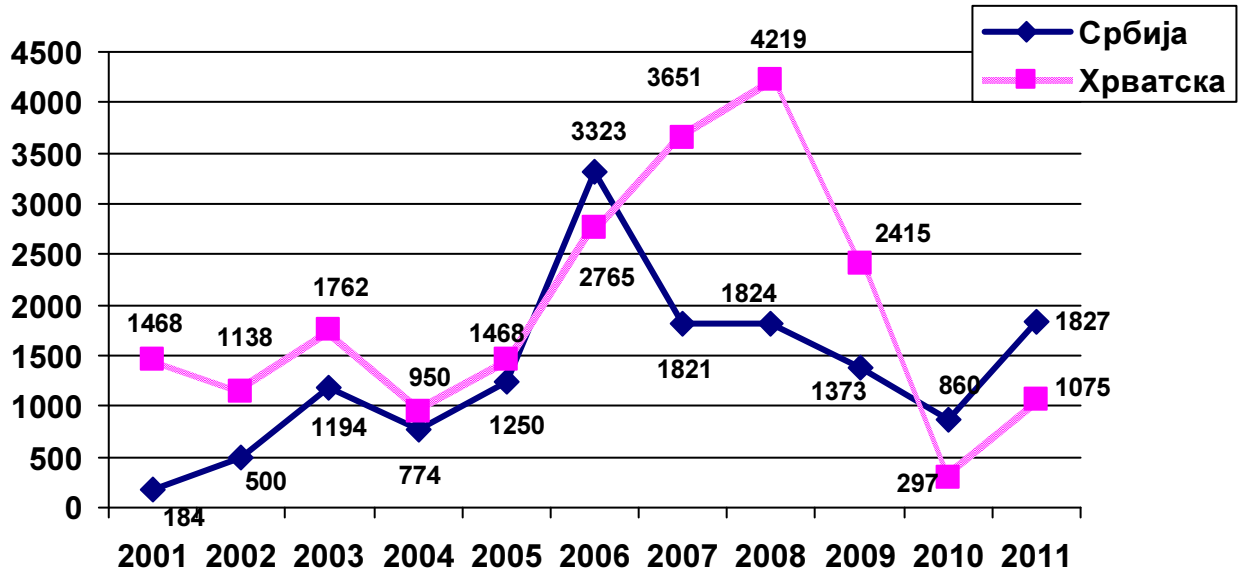
Међутим, оно што је карактеристичко за стране директне инвестиције Хрватске је да највише инвестиција (међу првих пет), у периоду од 1993. до 2010. године отишло је у хотеле и ресторане, и то 2,6% тј. инвестирано је 641 милион евра.³²¹

³²⁰ Barro R.J, Sala-i-Martin X., *Economic Growth*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, United States, 2003.

³²¹ Ivanović Z, Bareša S, Bogdan S, Influence of foreign direct investment on tourism in Croatia, *UTMS Journal of Economics* 2 (1), 2011, стр. 24.

Графикон бр. 4: Паралелни приказ страних директних инвестиција, у Србији и Хрватској, 2001-2011.

(у милионима евра)



Извори: Министарство финансија и привреде, *Билтен јавних финансија*, Београд, октобар 2012, стр. 15, 16; **Ivanović Z., Bareša S., Bogdan S.**, Influence of foreign direct investment on tourism in Croatia, *UTMS Journal of Economics* 2 (1), 2011, стр.27.

Најатрактивнија област за улагања у Србију, поред енергетике и инфраструктуре, је и хотелијерство у градовима, према мишљењу представника немачке и аустријске привреде у Србији, *Ernst Bode u Andreas Haidenthaler*.³²²

³²² Биљана Степановић (уредник), *Стране директне инвестиције у Србију 2001 – 2011, Foreign Direct Investments in Serbia 2001-2011*, Business Info Group, Политика А.Д, Београд, април 2012, стр.50, 54.

1. УТИЦАЈ СТРАНИХ УЛАГАЊА И ПОСЛЕДИЦЕ ПРИВАТИЗАЦИЈЕ У УГОСТИТЕЉСТВУ И ТУРИЗМУ НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

Обим и динамика инвестиционих улагања у туризам варира у зависности од карактеристика привредног система земље и политике финансирања појединих области, односно значаја који се у развојној стратегији земље придаје туризму као привредној делатности. Тако, код једне групе земаља преовладала централна улога државне управе (Италија, Шпанија), док код друге групе земаља није било значајнијих интервенција државе у погледу развоја туризма (нпр. Аустрија).

Готово у свим туристичким земљама, туристичке делатности имају специјалан третман. Нпр. туристичка политика у већини држава Медитерана је одређеним стимулативним мерама привлачила домаћа и страна финансијска средства за развој туризма.

Улога државе у туризму је вишеструка. Италија је нпр. имала значајну иницијалну улогу државе у дугорочном планском развоју туристичке привреде. Развој туризма је регулисан посебним законским прописима и дугорочним економским програмима. Туризам је прихваћен као фактор привредног развоја земље и равномерног размештаја привреде па је предвиђено стимулисање инвестиционих активности у туризам путем кредита уз повлашћену каматну стопу, дужи рок отплате и фискалне олакшице. Поред тога, инвестирањем у инфраструктуру створила је услове и интерес за улагања капитала у нова подручја. Све предузете мере од стране државе су утицале да дође до експлозивног развоја туристичких капацитета. Слична ситуација била је у Шпанији и другим медитеранским земљама. При изградњи туристичких капацитета у Шпанији значајну улогу одиграо страни капитал, како јавни, тако и приватни. Ангажовање државе, у Грчкој се највише састојало у обезбеђивању кредита под повољним условима за изградњу, адаптацију и модернизацију хотела, мотела, ресторана, објаката за рекреацију и слично, у областима које су неразвијене, а имају повољне услове за развој туризма. Држава је разним мерама стимулисала и улагања страног капитала у развој туризма. Убрзан је поступак издавања дозвола за градњу смештајних капацитета и њихово проширење. Уз сарадњу и преко Националне туристичке организације Грчке, држава је била укључена у стимулисање развоја туризма и путовања.³²³

Значајан део наведених залагања других држава за подстицање развоја земље, присутан је и у Србији, на чему се ради и у смислу прилагођавања међународним правилима, посебно ЕУ и WTO. Поред већ поменутих субвенција државе за оснивање предузећа, треба нагласити и релаксирану законску регулативу у области пореске политике, царинског и девизног режима пословања, страних улагања, спољне трговине (слободан увоз), слободних зона, својине (правна

³²³ Унковић С, Зечевић Б, *Економика туризма*, Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду, Београд, 2011, стр. 285, 304-305, 318.

сигурност), затим смањивање формалности око оснивања предузећа, изједначавања услова за улагање домаћих и страних лица (национални третман) те подстицаји на основу других закона. Донете су и мере за подстицање кредитних активности банака. Покренут је Програм сертификације општина са повољним пословним окружењем, за општине и градове у Србији које желе да унапреде услове пословања у својим срединама и да привуку нове инвестиције и подстакну развој локалне економије.

Према извештају Светске банке о пословању у Србији за 2014. годину³²⁴, Србија је на 93. позицији, на листи која обухвата 189. земаља. Пословање у Србији отежавају веома дуге и компликоване процедуре за: издавање грађевинских дозвола - по чему је Србија на 182. месту, јер је потребно 269 дана за све процедуре да би се добила дозвола за складиште; за плаћање пореза – потребно је 279 сати годишње да се припреме и поднесу пореске пријаве и плате порези, те је Србије на 161. месту; извршење уговора – потребно је 635 дана да се на суду реши трговински спор, што сврстава Србију на 116. место.

Шансе за развој и јачање српске националне привреде, кроз побољшање конкурентности, налазе се у свим секторима, а нарочито у туризму.

Србија је (до краја 2011. године) закључила билатералне уговоре са преко 50 земаља о узајамном подстицању и заштити инвестиција и уговора о избегавању двоструког опорезивања, који су значајни за свеукупну сарадњу Србије са светом, као и за стране директне инвестиције.

- Приватизације предузећа у области угоститељства и туризма Србије³²⁵

Подстицај развоју туризма Републике Србије, покушао се пронаћи путем приватизације предузећа у области угоститељства и туризма широм Србије.

Путем аукцијске продаје приватизована су 92 предузећа из области угоститељства и туризма која су запошљавала 7.375 радника, при чему је остварена продајна цена од 82.969.000 евра, а нови власници су у инвестиције уложили 14.939.000 евра - у периоду од 2002. до 2012. године.³²⁶ Купци поменутих предузећа на аукцијама су најчешће била домаћа физичка и правна лица (90 предузећа), а само у два случаја су то били странци, и то из: Грчке за Хотелско-угоститељско-туристичко друштвено предузеће „Ексцелсиор“, Београд; и са Кипра за Друштвено предузеће за угоститељство и туризам „Јуниор“, Београд.

На тржишту капитала приватизовано је још 31 предузеће са 4.307 запослених, а остварена је продајна цена од 21.210.000 евра.

³²⁴ World Bank, *Doing Business 2014: Economy Profile: Serbia*, Washington DC, 2013, p.10, 12, 85.

³²⁵ Подаци у овом делу су резултат анализе аутора, података Агенција за приватизацију Републике Србије, на дан 15.1.2013. - након тог пресека није било значајнијих измена јер је процес приватизације у застоју (посматрано до краја јануара 2014. године).

³²⁶ Агенција за приватизацију Републике Србије, стање на дан 15.1.2013.

На тржишту капитала, највећи број *купаца капитала*³²⁷ су чинила домаћа физичка и правна лица, док су страни купаци³²⁸ били из: САД, Аустрије, Велике Британије, Судана, Кипра и са Британских Девичанских Острва.³²⁹

Табела бр. 5: Приватизација предузећа у области угоститељства и туризма, путем аукцијске продаје, 2002-2012.

Р. бр.	Делатност	Предузеће	Број запослених	Продајна цена у хиљ. евра	Укупне инвестиције у хиљ. евра
1.	Путничке агенције	7	82	635	162
2.	Спортски објекти	1	33	715	142
3.	Туроператори	1	4	193	2
4.	Ресторани и покретни угоститељски објекти	20	1.680	9.905	990
5.	Хотели и сличан смештај	51	4.940	69.189	12.268
6.	Услуге припремања и послуживања пића	11	620	2.098	1.372
7.	Смештајне установе с медицинском негом	1	16	234	3
	УКУПНО	92	7.375	82.969	14.939

Извор: Агенција за приватизацију Републике Србије, стање на дан 15.1.2013.

Табела бр. 6: Приватизација предузећа у области угоститељства и туризма, путем тржишта капитала, 2002-2012.

Делатност	Предузећа	Број запослених	Књиговодствена вредност (у хиљ. евра)	Продајна цена (у хиљ. евра)
Хотели	17	2.792	16.951	18.199
Ресторани	9	1.318	2.535	2.258
Барови	5	197	1.456	753
УКУПНО	31	4.307	20.942	21.210

Извор: Агенција за приватизацију Републике Србије
Стање на дан: 15.1.2013.

³²⁷ Приватизација предузећа у Србији је дефинисана *Законом о приватизацији*, "Сл. гласник РС", бр. 38/2001, 18/2003, 45/2005, 123/2007, 123/2007 - др. закон, 30/2010 - др. закон, 93/2012 и 119/2012.

³²⁸ САД (Рубин-Бајмокс; Москва ДХУТП- Београд), Аустрије (Бердап Турист-Кладово), Велике Британије (Стари град УП, Београд), Судана (Бердап Турист ДП-Кладово), Кипра (Турист-Бачка Паланка) и са Британских Девичанских Острва (Мажестик ХУТП-Београд)

³²⁹ Агенција за привредне регистре, на основу члана 137. Закона о туризму („Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 – др. закон и 93/2012), води регистар туризма као јединствену, електронску, централну, јавну базу података о регистрованим и/или евидентираним субјектима који обављају послове из области туризма.

Раскинуте су приватизације у 25 предузећа из области угоститељства и туризма, чија продајна цена је износила 64.165.000 евра. Према купопродајним уговорима, у поменутих 25 предузећа је требало инвестирати 54.179.000 евра и уложити 703.000 евра у социјалне програме. Раскиди приватизације³³⁰ су се дешавали услед неизвршавања инвестиционе обавезе, незаконитог располагања имовином, прекида континуитета рада, неизвршавања социјалних програма, неуписивања акција, и слично. Разлози раскида купоподајних уговора су најчешће идентични онима који се јављају и у осталом делу привреде.

Поређења ради, свеукупним процесом приватизације у Републици Србији до 2000. године било је обухваћено 825 предузећа, а од почетка 2002. године до краја 2012. године приватизовано је 2.370 предузећа (од чега 83 тендерском продајом, 1.536 аукцијском продајом и 751 преко тржишта капитала). На поменути начин, постигнута је продајна цена од 2.573.389.000 евра, с тим што је инвестирано у вредности од 1.076.443.000 евра, док је за социјалне програме издвојено 276.689.000 евра (за раднике који су проглашени технолошким вишком). Процесом приватизације је било обухваћено још 665 предузећа, али су, у међувремену, са њима раскинути купопродајни уговори, због неизвршавања уговорних обавеза (према предузећу – најчешће за договорена улагања у објекте, стављање у функцију, исплате зарада, отпремнина и сл.) од стране купаца. До раскида уговора дошло је код 22% предузећа.³³¹

У области туризма и угоститељства укупно је приватизовано 123 предузећа, у којима је било запослено 11.698 радника. У укупном броју приватизованих предузећа у Србији, туризам и угоститељство су учествовали са 5,19%, од 2002. до 2012. године. Књиговодствена вредност поменутих приватизованих предузећа је износила 68,86 милиона евра, а продата су у вредности од 82,97 милиона евра, што значи да је остварен додатни приход од 14,32 милиона евра. Приватизована предузећа из области туризма и угоститељства учествовала су 4,06% у укупним оствареним приходима од приватизације.

Укупне инвестиције у предузећа из области туризма и угоститељства, а која су продата на аукцији, износиле су око 14,94 милиона евра. У односу на укупне инвестиције у приватизована предузећа, учешће инвестиција у предузећа из области туризма и угоститељства износила су 1,39%.

До раскида купопродајних уговора дошло је код 16,89% предузећа из области туризма и угоститељства.

Од процеса приватизације у Србији, очекивало се да ће допринети побољшању квалитета и конкурентности привредних субјеката из области туризма и угоститељства, као и да ће се остварити укупни позитивни привредни ефекти, не само у туризму, него и по питању (раста) бруто друштвеног производа и унапређења укупног привредног амбијента. Међутим, очекивани ефекти

³³⁰ Раскинуте приватизације у Београду су: „Путник“, „Централ“, „Праг“, „ПТТ угоститељство“, „Посттур“, „Спленид“, „Унис Тур траде“, „Карабурма“ и „Трем“. Раскинутих приватизација је било широм Србије, као што су: „Северна Бачка“ Апатин, „Србија“ Краљево, „Србија турс“ Ниш, „Путник“ Мали Зворник, „Козник“ Александровац, „Царичин град“ Лебане, „Фонтана“ Врњачка Бања, „Палас“ Јагодина, „Путник“ Нови Сад, „Војводина“ Нови Сад, „Власотина турс“ Сурдулица, „Виногорје“ Жабари, „Банат“ Ковачица, „Слобода“ Панчево, „Дунав“ Ковин и „Балкан“ Димитровград.

³³¹ Агенција за приватизацију Републике Србије, Извештај MEGA15.1.2013., 2013.

приватизације су у многоме изостали, последице „економске и социјалне неефикасности“³³² су бројне – дошло је до пренамене објеката, прекида у раду, „криве употребе“, „трајне девастације и могућности губљења неких простора и локација“, а негативни ефекти се огледају у: слабљењу туризма и угоститељства као привредне гране; запуштености, запостављању и руинирању објеката, а негде и потпуном затварању; великом отпуштању угоститељско-туристичких радника; драстичном смањењу зарада запослених у туризму и угоститељству, који су дужи низ година, према примањима у Србији, далеко испод просека и слично.

У великом броју случајева, циљ приватизације је био прибављање својине над грађевинским земљиштем и објектима ради њихове даље продаје, коришћење у сврхе које немају ништа заједничко са делатношћу привредног субјекта „угоститељством и туризмом“. У условима великих буџетских потреба, приоритет се давао најбољој понуди, односно највишој цени, ради остваривања прихода државе и попуњавања буџета, док је развојни аспект запостављен, а кредибилитет потенцијалних власника у туризму није провераван.

2. УТИЦАЈ СТРАНИХ УЛАГАЊА НА РЕЗУЛТАТЕ ТУРИСТИЧКОГ ПОСЛОВАЊА

Директан (непосредан) утицај инвестиција огледа се у екстензивном и интензивном развоју туристичке понуде. Са једне стране, улагања у развој туризма се огледају у изградњи посебних туристичких зона, центара и туристичких места, а са друге стране, посматрано детаљније, средства се усмеравају на изградњу нових, проширење постојећих, модернизацију и адаптацију смештајних (хотелских и др.) објеката, затим угоститељских и разних других пратећих објеката (инфраструктурне мреже, секундарних објеката: спортских терена, уређење обала и сл.) и опреме, који чине туристичку понуду и неопходни су за адекватно комплетирање туристичке понуде.

Данас се пре свега инсистира на »одрживом развоју«,³³³ који треба да заштити друштвено и природно наслеђе, од негативних ефеката неконтролисаног

³³² Драшковић Б. (редактор), *Крај приватизације, последице по економски развој и незапосленост у Србији*, Институт економских наука, Београдска банкарска академија, Савез самосталних синдиката Србије, Београд, 2010, стр. 39.

³³³ Под одрживим развојем туризма се подразумева развој туризма који тежи задовољавању потреба туриста, туристичких дестинација и свих учесника у туризму, на начин који подразумева бригу о очувању и увећању туристичких ресурса, не угрожавајући екосистем који нас окружује, ни квалитет живота наредних генерација. Поред одржавања изворних карактеристика природног и друштвеног окружења и чувања културно-историјског наслеђа, то је истовремено и право на слободу туристичких кретања, задовољавање економских, друштвених и естетских потреба. Према: Гоцић М, Станковић П, Трајковић С, Бранковић С, Станковић М, Интегрисани мониторинг животне средине основа развоја одрживог туризма, ECOLOGICA, Посебно тематско издање бр. 12, 2006, стр. 95-103.

раста туризма, као што су: нарушавање хармоније у природном окружењу (уништавање природног богатства, нестанак биолошких врста, загађење вода); у друштву (осигурање запошљавања, прилагођавање радних услова, заштита људских права, унапређење културе и традиције, претерано искоришћавање и са тим у вези уништавање културних места итд.); промене у локалној култури; стварање проблема буке и отпада.

Када су у питању резултати пословања туристичке привреде искористићемо податке Светског путничког и туристичког савета за 2012. годину.³³⁴ Укупан допринос путовања и туризма (директни и индиректни) светском ВДП је био 6.630,4 милијарду УСД или 9,3% од светског ВДП (у 2012. години), а при томе путничка и туристичка привреда креира 260 милиона радних места. Чак и упркос политичким превирањима, економским несигурностима и природним катастрофама широм света, директни допринос ове привреде светском ВДП, запослености и инвестицијама је у сталном порасту.

Укупне инвестиције путничке и туристичке привреде (директне и индиректне), у 2012. години, износиле су:³³⁵

- у свету 764,7 милијарде УСД (или 4,7% укупних светских инвестиција);
- у Европи 185,9 милијарде УСД (или 4,7% укупних европских инвестиција);
- у Србији 18,7 млрд динара или приближно 223 милиона УСД (или 2,7% укупних инвестиција у Србији).

Праћење међународног кретања капитала појединих земља треба да послужи за планирање пожељног обима и повољне структуре инвестиција, са аспекта извора средстава, рочности, облика и услова пласмана, те регионалну усмереност на националне (економске, социјалне и друге) циљеве.

На основу свих претходних прорачуна и анализа страних улагања у туризам, урађена је SWOT анализа утицаја финансијских улагања међународних организација и финансијских институција на развој туризма (Дијаграм 1).

³³⁴ World Travel and Tourism Council, *Travel&Tourism Economic Impact 2013*. - World.

³³⁵ World Travel and Tourism Council, *Travel&Tourism Economic Impact 2013*. - World, Europe, Serbia.

Дијаграм бр. 1: Утицај финансијских улагања међународних организација и финансијских институција на развој туризма

УНУТРАШЊИ ФАКТОРИ		СПОЉНЕ ПРИЛИКЕ	
ПРЕДНОСТИ S-Strengths	СЛАБОСТИ W-Weaknesses	ПРИЛИКЕ O-Opportunities	НЕДОСТАТЦИ T-Threats
Обнова, изградња, проширење и модернизација туристичке привреде	Презадуживање, високе камате, кратки рокови отплате кредита, условљавања и сл.	Додатних средства која недостају домаћој туристичкој привреди	Политичка и економска условљавања, траже се политички уступци – губљење суверенитета
Подстицај развоја делатности везаних за туризам	Изостанак интереса за улагањем због могућих политичких и економских криза	Унапређење међународне сарадње кроз консултације и заједничко решавање проблема	Не води се рачуна о националним циљевима; долази до диспропорције у развоју
Увођење међународних стандарда у туристичко пословање	Неизграђена целовита законска регулација инвестиција у туристичку привреду/делатности	Реализација великих пројеката за које су потребне велике суме новца	Зависи од процене стања у земљи и спремности да се улаже у одређену земљу
Уравнотежење развоја појединих региона и подстицање развоја неразвијених региона	Недостатак интереса страних директних инвестиција за тзв. гринфилд пројекте у туризму	Добра сарадња са инвеститорима и наставак процеса приватизације предузећа туристичке привреде	Зависи од расположивих средстава за специфичне намене у туризму
Пораст међународне трговине, запослености, прихода и производње	Недостатак финансијске статистике о туризму те немогућност објективне анализе пласмана средстава	Пуноправно чланство у међ.организацијама даје знатно веће шансе за добијање финансијке помоћи	Исцрпљивање обновљивих и необновљивих ресурса; деградацији природног и културног наслеђа
Програми међународних организација за подизање квалитета туристичког кадра	Недостатак свести о Србији као туристичкој дестинацији на међународној мапи света	Прилика да се отклоне диспропорције у развоју туризма у односу на друге привредне гране	Велика конкуренција у окружењу и њихови бројни захтеви за улагање у развој туризма
Богатство разноликим туристичким производима интересантним за стране инвеститоре	Изостанак примене закона, контроле и казнене политике у случајевима одступања од зацртаних планова	Ојача међународну конкуретну позицију туристичке привреде	Неатрактивни услови финансирања због високих камата и кратких рокова отплате кредита
Заинтересованост за инвестиције у главне путне, железничке, речне и друге коридоре	Недостатак система подстицаја за привлачење страних инвеститора у туризму	Интерес и подршка међ. заједнице развојним турист.програмима и пројектима	Трансфером профита и отплатом камата долази до одлива дела домаће акумулације
Ефекти угледања су: нове технологије, боља организација, развој маркетинга, итд.	Недостатак малог и средњег бизниса у туризму интересантног за инвестиције	Доступност европских фондова за развој кадровске базе туризма	Да страни капитал буде конкурент домаћем капиталу, а по истим или сличним условима

Извор: Табела аутора – Према: „Службени гласник РС“ бр. 91/06, *Стратегија развоја туризма Републике Србије - Први фазни извештај*, 24.11.2005, стр. 92-102; Бакић О, *Маркетинг у туризму*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010, стр. 219-220.

Утицаји међународних организација и финансијских институција на развој туризма не огледају се само у новчаном и материјалном облику, него и у нематеријалним видовима њиховог утицаја, као што је стручна, техничка и научна подршка, скенирање тренутне ситуације и пројектовање праваца развоја, праћено стратешким документима, плановима и програмима. Не треба заборавити ни ефекат синергије деловања, опште користи од размене идеја, ставова, и сл.

Дијаграм бр. 2: Остали утицаји међународних организација и финансијских институција на развој туризма (изузев улагања финансијских средства)

ПРЕДНОСТИ S-Strengths	СЛАБОСТИ W-Weaknesses	ПРИЛИКЕ O-Opportunities	НЕДОСТАТЦИ T-Threats
Стратешка документа, планови и програми, валоризовање туристичког потенцијала и предвиђање трендова	Ограниченост деловања само на земље чланице и придружене чланове	Размена идеја, мишљање и ставова на међународним скуповима, састанцима, конгресима	Турбулентна и непредвидива догађања узрокују често и гашења појединих организација
Техничка, стручна и научна подршка, те разни видови погодности за чланове организације	Бројни услови и ограничења за улазак у чланство међународних организација	Израда заједничких докумената: декларација, повеља, резолуција, кодекса заједничких ставова итд.	Непостојање јаке правне основе за развој туризма
Образовање кадрова у туризму и либерализовање тржишта радне снаге	Конфликтонст циљева и реалних / расположивих могућности међ. организација	Формулисање развојних туристичких политика	Велики број земаља није обухваћен деловањем појединих међ. орг.
Анализа, приказ и примена добре туристичке праксе	Интереси великих земаља су у повољнијем положају него интереси мањих или неразвијених	Успостављање међународно признатих норми понашања (кодекса) у туризму, стално унапређење квалитета услуга и награђивање успешних	Специјализованост за одређен развојни сегмент у туризму
Расположивост статистичких података и израда публикација од ширег значаја за развој туризма	Површна сарадња са земљама чланицама	Развој неразвијених региона, ЗУР и земаља погођених кризом	Ограниченост деловања на ужи регион
Званична подршка одрживом развоју	Заједнички циљеви се намећу свима	Везивање за познате и признате «brand»-ове	Затвореност за ново чланство и приширивање
Синергија деловања, тј. формирање стратешких алијанси (са туроператерима, дистрибутерима, промотивним агенцијама, инф. мрежама, итд)	Ограниченост деловања само на приоритетне циљеве и прихваћене акционе планове	Повећање броја међународно заштићених природних подручја у свету и сви други облици деловања да се заштити природно и културно наслеђе	Преоптерећеност спољним политичким факторима уместо економским

Извор: Истраживање аутора. - „Службени гласник РС“ бр. 91/06, *Стратегија развоја туризма Републике Србије - Први фазни извештај*, 24.11.2005, стр. 92-102; Бакић О, *Маркетинг у туризму*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010, стр. 219-220.

III УТИЦАЈ ПОЈЕДИНИХ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

Све активности међународних организација углавном се концентришу на конкурентност туризма, квалитет развојних стратегија појединих земаља у туризму и њихову усаглашеност са јединственим опште прихваћеним смерницама и промоцију равномерног привредног развоја. Сагласно томе, међународне туристичке организације у проучавању националног туризма, настоје да спознају њихове специфичности, потврде корисност и успешност појединих националних туристичких стратегија и објасне економске, социјалне и друге утицаје ових стратегија на окружење.

Истраживањем међузависности појава у туризму, долази се до формулисања туристичких смерница, дефинисања облика партнерства државног са приватним сектором, учвршћивања интеграције у окружењу и по потреби укључивања организација, региона и земаља у формулисање туристичких стратегија. У одређивању облика деловања појединих региона и земаља посебна пажња се поклања макроекономским индикаторима, који омогућују егзактно мерење утицаја појединих кретања и појава у туризму на економију једне земље и последице по цео регион.³³⁶

Остала битна питања која се разматрају у туризму су: транспорт (мобилност путника, права путника, безбедност и квалитет превоза), унутрашње тржиште (слобода пружања туристичких услуга), једнаки услови за све при наступу на одређеном тржишту, заштита потрошача/туриста, регионална политика, инструменти финансијске помоћи, трговина, међународни односи, итд. Нпр. када је реч о транспортној политици, настоји се појаснити како да се туристички транспорт учини ефикасним, одрживим и квалитетним.

Развој информативне технологије је од изузетног значаја за развој туризма. Савремена информативна технологија се данас веома много користи у путничким дистрибутивним каналима, електронској трговини нпр. код продаје туристичких аранжмана или карата за разне догађаје (путем Интернета); електронском информисању о туристичким дестинацијама; као средство за побољшање туристичког пословања, маркетинга дестинација, итд.

Промене у односу државе према туризму су усмерене на: развој институционалне мреже (националних туристичких организација); формулисање туристичких политика, циљева и мера; мерење економског утицаја туризма; сарадњу са приватним сектором - у смислу подршке улагањима у туристичку привреду, отварању малих и средњих предузећа, побољшање »инвестиционе климе« и унапређење међународне сарадње кроз склапање споразума о сарадњи у

³³⁶ Dupeyras A, MacCallum N, „*Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document*“, OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD, p. 10-16.

домену туризма.³³⁷ Потенцијали туристичког сектора за запошљавање су велики, а приватни сектор (мала и средња предузећа), је идеалан за креирање додатних послова и тиме додатно запошљавање.

Развојни партнери Србије, преко 30 билатералних и мултилатералних донатора, од 2000. године пружају значајну финансијску подршку реализацији бројних програма на путу Србије ка ЕУ интеграцијама и ефикаснијем остваривању Миленијумских развојних циљева. Међународне организације које улажу у развој Србије су: ЕУ, ЕСНО, УН, UNDP, OEBS, UNICEF, а од међународних финансијских институција: ЕИВ, Група СБ, EBRD и Развојна банка Савета Европе.

1. ПРОЈЕКТИ UNWTO ЗА СРБИЈУ

Један од кључних примера укључивања UNWTO у активности развоја туризма Србије је „План за развој сеоског туризма у Републици Србији“ (2001-2006).³³⁸ Потом је сарадња проширена на пет агенција УН (UNWTO, FAO, UNDP, UNEP, UNICEF), а уз финансијску помоћ Шпаније. Заједнички трогодишњи програм „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“ трајао је од децембра 2009. године до децембра 2012. године и био је посвећен диверзификацији руралне економије кроз одрживи туризам. Намера је била да се побољша квалитет живота, смањи сиромаштво и покрене питање очувања природне средине у руралним подручјима. Са друге стране, једна од кључних активности је била развој Националног мастер плана руралног туризма.³³⁹

Програм је укључио и велики број српских националних партнера, а кључну улогу су имале домаће институције: Министарство економије и регионалног развоја, Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде и Туристичка организација Србије.

Програм је имао два кључна исхода:³⁴⁰

1. „Правни и политички оквир за подршку диверсификацији економије села кроз туризам је развијен и доприноси остварењу Миленијумских развојних циљева.
2. Локални рурални туризам и подржавајуће индустрије су боље повезани и организовани и капацитет колективних стејхолдера је побољшан за пружање услуга и испоруку производа у складу са националним стратегијама.“

³³⁷ OECD, *OECD Tourism Trends and Policies 2012*, OECD Publishing, 2012, p. 13-54.

³³⁸ *Компендијум Уједињених нација – Активности УН система у Србији и Црној Гори*, Канцеларија Сталног координатора УН у Србији и Црној Гори, Београд, октобар 2003. стр. 126.

³³⁹ Извештај о резултатима Програма припремио: Leopold Rollinger: „Изградња локалних капацитета за рурални развој усмерена на унапређење туризма“, MDG Achievement Fund, „Одрживи туризам у функцији руралног развоја, заједнички програм УН-а у Србији“, Уједињене нације, Програм за развој, Канцеларија у Србији, Београд, 2012.

³⁴⁰ MDG Achievement Fund, Влада Републике Србије, „*Sustainable Tourism for Rural Development*“, 2010, p. 1, 3.

На националном нивоу исход се уводи кроз подршку Влади да: „1) развије Национални мастер план руралног туризма, 2) развије Национални програм руралног развоја и 3) пружи смернице за јавне инвестиције; а на локалном и регионалном нивоу исход се уводи у четири циљна региона, а има за циљ пружање подршке локалном планирању руралног развоја и развоју и управљању дестинацијама. Заједнички фонд УН за одрживи рурални туризам ће осигурати улагања у три тематске области: 1) развој туристичких дестинација, 2) диверзификација руралне економије кроз туризам, и 3) туристичке инвестиције у области активног учења.“³⁴¹

Рурални развој има значајно место у Стратегији развоја туризма Републике Србије из 2006. године, а крајем 2011. године је усвојен и „Програм развоја одрживог руралног туризма Републике Србије“³⁴².

Програм је реализован у 19 општина, у четири пилот региона, и то у: јужном Банату (Алибунар, Бела Црква, Ковин, Вршац), источној Србији (Књажевац, Зајечар, Пирот, Димитровград, Неготин), централној Србији (Јбиг, Ваљево, Косјерић, Мионица, Горњи Милановац) и доњем Подунављу (Голубац, Кладово, Мајданпек, Пожаревац, Велико Градиште).³⁴³ Ова четири региона су детаљније истражена у дијагностичком извештају, да би им потом била пружена подршка у смислу локалног руралног планирања и развоја дестинацијског менаџмента, имајући при томе у виду визију да се успостави равнотежа економске, друштвено-културне и еколошке одрживости. На бази података локалних туристичких организација установљено је да у четири циљана региона има 108 села са 327 домаћинстава која издају 638 соба и 1997 кревета, од тога 45% кревета је у региону централне Србије (у Горњи Милановац - 572 кревета),³⁴⁴ те је као циљ предвиђено побољшање капацитета и особина смештаја у селима.

Поред доприноса развоју руралне заједнице, један од циљева овог програма и UNICEF компоненте је допринос квалитету образовања кроз програм активног учења. Дечији и омладински туризам захтева партнерску сарадњу, здраву исхрану и квалитетне туристичке садржаје. Развој образовног туризма у руралним подручјима може значајно допринети развоју заједнице. Посебно важну улогу у развоју ове врсте туризма у руралним областима имају сеоске школе, чији недовољно искоришћени, а каткад и сасвим неискоришћени капацитети могу наћи своје место у туристичкој понуди за децу и омладину. У оквиру овог јединственог Програма урађено је још шест пројеката: „Чаробно село“ у Бањи Врујци, „Шаренило Баната“ у Вршцу и Гудурици, „Чудесно благо Ђердапа“ у Текији, „Камп вредних руку“ у Палежници, „Образовна авантура“ у Књажевцу и на Старој

³⁴¹ Зечевић Б, *Анализа укључености туризма у локалним развојним стратегијама*, Заједнички програм Уједињених Нација „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“, Економски факултет, Београд, 2011, стр. 1.

³⁴² "Службени гласник РС", бр. 85/2011, *Закључак о усвајању програма развоја одрживог руралног туризма у Републици Србији*.

³⁴³ UNWTO, „Tourism&Leisure Advisory Services“ и локални партнери, Извештај: *Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији* - извод, 7. јун 2011.

³⁴⁴ Програм Уједињених нација за развој у оквиру заједничког програма Уједињених нација „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“, Јавно-приватно партнерство у руралном туризму: Богданов Н, Зечевић Б, *Јавно-приватно партнерство у развоју руралног туризма*, 2011, стр. 37.

планини и „Отворена сеоска школа“ у Прањанима.³⁴⁵ Циљ ових пројеката је био да деца активно уче различите садржаје унутар амбијенталних учионица (шума, ливада, њива, воћњака, повртњака, воденица, река), културних институција (музеја, библиотека, позоришта) и тематских центара (уметничких, археолошких, еколошких), те да се утиче на развој школског туризма, туризма за децу, омладину и њихове породице. Ово је био заједнички пројекат УН и ТОС.

Кључни резултати заједничког пројекта су следећи:³⁴⁶

- „израђен је и усвојен од стране Владе РС Национални мастер план за развој руралног туризма;
- на конкурсима за диверзификацију руралне економије кроз туризам 2010. и 2011. године, додаљена су бесповратна средства од укупно 600.000 УСД;
- израђене су мере за подршку развоју руралног туризма и еколошке мере од значаја за очување сеоског наслеђа, намењене националном, програму руралног развоја и ЕУ IPARD плану Србије;
- ојачан је капацитет преко 1000 предузетника у руралном туризму кроз обуке о стратешком планирању, управљању пројектним циклусом, успостављања локалних партнерстава и вођењу локалних акционих група, што им омогућава да развију квалитетне пројекте и помаже руралним заједницама да искористе расположиве националне и ЕУ фондове;
- организоване су међународне конференције „Туристички инвестициони форум“, и „Одрживост руралног туризма пут будућег успеха“, на којима је дат значајан подстицај развоју руралног туризма и представљене могућности инвестирања у туристичке дестинације у Србији и региону.“

Средства за пројекат, у износу од 4 милиона УСД, обезбедила је Влада Краљевине Шпаније у сарадњи са Фондом за остварење Миленијумских развојних циљева, из следећих извора:³⁴⁷

- FAO 1.160.238 УСД
- UNEP 333.709 УСД
- UNDP 1.048.824 УСД
- UNWTO 1.026.211 УСД
- UNICEF 431.018 УСД
- УКУПНО 4.000.000 УСД

Министарство економије и регионалног развоја Републике Србије је у 2009. години дало допринос од 17,5 милиона евра (дотација и кредита) за развој туризма, а од тог износа за пројекте инфраструктуре руралног туризма 6,8 милиона евра. Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде је у истој години одобрило износио од 0,6 милиона евра – крајњим корисницима (углавном појединачним домаћинствима). Секретаријат за пољопривреду, шумарство и водопривреду Покрајине Војводине је за развој туризма одорило 0,4 милиона евра

³⁴⁵ MDG Achievement Fund, Заједнички програм УН-а у Србији, „UN Србија инфо материјал 2012“, Одрживи туризам у функцији руралног развоја, заједнички програм УН-а у Србији, стр. 3.

³⁴⁶ MDG Achievement Fund, Заједнички програм УН-а у Србији, „UN Србија инфо материјал 2012“, Одрживи туризам у функцији руралног развоја, заједнички програм УН-а у Србији, стр. 2.

³⁴⁷ MDG Achievement Fund, Влада Републике Србије, „Sustainable Tourism for Rural Development“, 2010, p. 1.

(у 2008. години, док у 2009. години нису издвојена средства).³⁴⁸ Од осталих извора финансирања, на годишњем нивоу, било је и других могућих извора финансирања, од других владиних институција, међународних донатора, регионалних развојних пројеката, и из ЕУ - средства IPA фондова. На пример, Румунска влада је 2009. године иницирала прекогранични пројекат “Агрознање“ где је 35 српских и 10 румунских невладиних организација промовисало рурални туризам. Затим, Светска банка је за STAR пројекат одобрила 4 милиона евра за Стару планину (инфраструктуру, обнову традиционалних сеоских газдинстава, визитор центре и слично), итд.³⁴⁹

Националним мастер планом за развој руралног туризма дефинисани су програми рада за прве четири године његове имплементације (од 2011. године до 2014. године) и неопходна средства за имплементацију у износу од око 478,94 милиона евра. Имплементација програма подразумева учешће јавног финансирања у износу од 243,22 милиона евра из националних и локалних/општинских средстава; и приватног финансирања у износ од око 235,72 милиона евра.

UNWTO је, у сарадњи са више институција, при изради Стратегије за развој одрживог руралног туризма и Мастер плана руралног туризма Србије, 2010. године, објавила истраживање које показује карактеристике корисника услуга руралног туризма у Србији.³⁵⁰ Утврдила је да највише иностраних туриста у рурална подручја долази из Словеније, а потом Немачке, Мађарске и осталих држава у окружењу, док од домаћих туриста, највише их долази из Београда и Војводине. Према подацима UNWTO, око 3% или 23 милиона свих међународних путовања чине она која потичу од руралног туризма.³⁵¹

Према статистичким подацима Србије, стопа сиромаштва у руралним деловима Србије је 9,8%; у 86% села у Србији опада број становника; 85% територије Републике Србије класификовано је као рурално на којој живи 55% популације Србије.³⁵²

У руралном подручју налази се 32.000 лежајева (регистрованих и нерегистрованих), од којих је 10.000 искључиво рурално. Процењује се да рурални туризам генерише значајне приходе, укупно 10 милијарди динара, од тога 5 милијарди динара потиче од услуге смештаја, а 5 милијарди динара су директни приходи, што представља 16% од 62,4 милијарде динара укупног директног туристичког ВДП (према подацима WTTC за 2010. годину). Очекивано повећање директног економског мултипликатора туризма је са 0,97 на 1,1 у 2015. и 1,6 у 2020. години.³⁵³

³⁴⁸ UNWTO, „Tourism&Leisure Advisory Services“ и локални партнери, Извештај: *Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији* - извод, 7. јун 2011, стр. 226.

³⁴⁹ UNWTO, „Tourism&Leisure Advisory Services“ и локални партнери, Извештај: *Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији* - извод, 7. јун 2011, стр. 227; MDG Achievement Fund, Влада Републике Србије, „Sustainable Tourism for Rural Development“, 2010, р. 15, 16.

³⁵⁰ UNWTO, *Одрживи туризам за рурални развој*, Република Србија, 2010.

³⁵¹ Светозаревић И, Регионална агенција за развој источне Србије, *Водич за рурални развој*, 2012.

³⁵² MDG Achievement Fund, Заједнички програм УН-а у Србији, „UN Србија инфо материјал 2012“, Одрживи туризам у функцији руралног развоја, заједнички програм УН-а у Србији, стр.1, према: Богданов Н., UNDP, 2008; РЗС РС *Студија о животном стандарду*, 2008; Привредна комора Србије, 2010.

³⁵³ MDG Achievement Fund, „Мастер план одрживог развоја руралног туризма Србије“, Sustainable Tourism for Rural Development, стр. 6; и UNWTO, „Tourism&Leisure Advisory Services“ и локални

Значај Програма реализованог под окриљен УН је вишеструк. Поред постигнутих резултата, поставио је чврсту основу за даљи развој туризма, не само на пројектима посвећеним руралном развоју, него и за развој других видова туризма. Финансијска вредност овог Програма УН далеко превазилази све билатералне програме реализоване у туризму Србије, који су такође веома важни. Знање и искуство стечено радом на овом јединственом и обухватном Програму, требало би искористити за даље планирање програма и активности у туризму, фокусирање на сегменте туризма у којима постоје предиспозиције за развој туризма и за којима постоји потенцијална тражња на домаћем и међународном тржишту.

2. ПРОЈЕКТИ UNDP ЗА СРБИЈУ

Република Србија и UNDP настављају примену споразума о помоћи (још из 1988. године) и сарадњи на реализацији Миленијумских развојних циљева, Конвенција - УН и Самита у домену одрживог развоја, социјалне инклузије, доброг управљања, енергије и животне средине. На основу искуства и напретка оствареног током спровођења Националног програма од 2005. до 2010. године³⁵⁴, сарадња је продужена на следећих пет година, од 2011. до 2015. године.³⁵⁵

Циљеви UNDP за Србију су дефинисани у Националном програму UNDP од 2011. до 2015. године (који је усвојен у јулу 2010. године) и Акционом плану за његово спровођење, а то су:

- јачање доброг управљања:
 - Влада уз учешће цивилног друштва, примењује транспарентније и одговорније управљање, поштовање и заштиту људских права и владавине права;
- унапређење одрживог развоја и социјалне инклузије:
 - локалне и националне власти развијају и спроводе политике и праксе како би обезбедиле уравнотежен развој, квалитетне и инклузивне здравствене, образовне, смештајне услуге и услуге социјалне заштите, одрживост животне средине, повећан људски капитал и запошљавање;
- регионална стабилност и сарадња:

парнери, Извештај: *Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији* - извод, 7. јун 2011, стр. 78.

³⁵⁴ Канцеларија UNDP у Републици Србији је уложила 88 милиона долара кроз три програмске области: реформа државне управе; владавина права и доступност правде; и одрживи развој.

³⁵⁵ *Акциони план за спровођење Националног програма UNDP-а у Републици Србији (2011-2015)*

- Влада развија и спроведи регионалне политике и оквира којима ће осигурати људску безбедност и одрживу прекограничну сарадњу и партнерства.³⁵⁶

UNDP ће, кроз даљи развој постојећих партнерстава и области заједничког интересовања, координисати своје интервенције подршке са развојним партнерима у Србији, најпре ЕУ, али и Групом СБ, Амбасадом Краљевине Норвешке, Амбасадом Шпаније, USAID, Амбасадом Немачке и осталим развојним партнерима и институцијама у циљу постизања појачане заједничке сарадње и што већег утицаја.

Укупна средства која је UNDP прикупила за Србију (од разних донатора) су:

- за период од 2005. до 2010. године 96.334.246,25 УСД;
- за 2011. годину 4.354.878,84 УСД.³⁵⁷

Уопштено посматрајући, UNDP има велики број донатора, али највећи су: ЕУ (чија средства се обезбеђују делом од земаља чланица, а делом од Европске комисије), Сједињене Америчке Државе, Велика Британија, а затим Јапан, Холандија, Норвешка и Шведска. Иначе, UNDP се у потпуности финансира од добровољних прилога из земаља чланица.

Од докумената значајних за туризам Србије, UNDP је штампао „Атлас туристичких потенцијала заштићених подручја“ – заштићена подручја „која се сматрају драгуљима природног наслеђа Србије и представљају дом разноврсним биљним и животињским врстама, од којих су многе ретке и угрожене и само се ту могу наћи“ и „пружа могућност посетиоцима да истраже природна богатства, али истовремено доприноси и бољем животу локалног становништва“.³⁵⁸ затим „Анализу укључености туризма у локалним развојним стратегијама“³⁵⁹ – да би помогао заједнички програм УН у Србији „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“, тако што су анализирани стратегије локалног развоја у циљаним регионима, те да би се допуниле њихове стратегије појединим аспектима туризма која су предмет заједничког програма УН.

Пројекти (донације) UNDP у Србији, а које су значајне за развој туризма, су:

- „Екотуризам на Власинском језеру“ - пројекат чија је укупна вредност 230.000 евра, а на његовој реализацији су заједно сарађивали: локална самоуправа, држава и заинтересовани партнери – UNDP. Циљ пројекта је био боље управљање и финансирање животне средине и природних ресурса (2011. године);
- Унапређење финансијске одрживости заштићених подручја Србије - пројекат финансира UNDP и Глобални фонд за заштиту животне средине – GEF (*Global Environmental Fund*) (2009. године);
- „Помоћ за обнову споменика културе“ у општини Краљево, након земљотреса (2010. године);

³⁵⁶ UN: *Програмски оквир за стратешко партнерство специјализованих агенција Уједињених нација и Републике Србије, за период од 2011. до 2015. године*, Београд, јун 2010.

³⁵⁷ Канцеларија UNDP у Републици Србији: <http://undp.org.rs>, приступ 02.01.2013.

³⁵⁸ UNDP: *Атлас туристичких потенцијала заштићених подручја Србије*, 2012.

³⁵⁹ Зечевић Б, *Анализа укључености туризма у локалним развојним стратегијама*, Заједнички програм Уједињених Нација „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“, Универзитет у Београду, Економски факултет, Београд, јануар 2011.

- „Зелене акције у Новом Пазару“ – обухватала је активности на промовисању туристичких атракција у износу од 75.250 УСД (2009. године); и други.

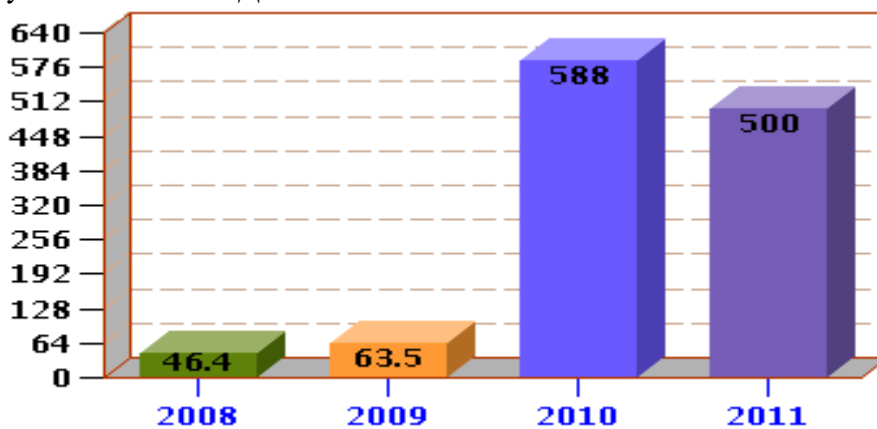
Један од ранијих пројеката, али изузетно важан за Србију и подунавске земље, је „Дунавски регионални пројекат“ који је финансирао UNDP и Глобални фонд за заштиту животне средине – GEF у периоду од 2003. до 2006. године, са буџетом од 15 милиона УСД). Циљ Пројекта је био јачање капацитета подунавских земаља како би испуниле своје правне обавезе из дунавске Конвенције, као и израда Плана за управљањем дунавским речним басеном, према Директиви ЕУ за заштиту вода. Наиме, од земаља које желе да приступе ЕУ се очекује да ефикасно надзиру квалитет воде и спречавају загађење (нарочито прекогранично), као и да успоставе систем безбедног руковања хемикалијама и опасним материјама, те да заштите флору и фауну у региону. Програм је подразумевао многе активности на локалном, регионалном и националном нивоу, а имао је за циљ да укључи и различите интересне групе, посебно невладине организације које се налазе у региону подунавског басена, како би се повећала укљученост јавности у будуће решавање поменутих питања.

3. ПРОЈЕКТИ ГРУПЕ СВЕТСКЕ БАНКЕ У СРБИЈИ

Након обнављања чланства Србије у Групи СБ, Банка је постала највећи институционални инвеститор у Србији. Од априла 2001. године (када је закључен први аранжман) па до краја 2011. године, финансирано је 39 пројеката, чија је укупна вредност достигла око 2 милијарде УСД, укључујући и буџетску подршку. Текући портфељ састоји се од 12 инвестиционих пројеката, у различитим секторима, чија је укупна вредност око 845 милиона УСД.³⁶⁰

Графикон бр. 1: Позајмице Србији од Групе СБ, 2008-2011.

- у милионима УСД



Извор: The World Bank, Serbia, <http://worldbank.org>, на дан 20.06.2013.

³⁶⁰ The World Bank, <http://worldbank.org>, приступ 04.01.2013.

Табела бр. 1: Пројекти Групе СБ у Републици Србији

(у 2005. години)

ОБЛАСТ	Вредност у милионима УСД	% од укупне вредности пројеката
Туризам	7	2,0
Пензијско осигурање	5	1,4
Кредити за структурална прилагођавања	18	5,1
Здравство и здравствена заштита	27	7,6
Енергија	21	5,9
Транспорт	55	15,5
Регистрација непокретности	30	8,4
Структурално прилагођавање приватног и финансијског сектора	80	22,5
Приватизација и реструктурирање банака и предузећа	11	3,1
Финансирање извоза	11,5	3,2
Образовање	10	2,8
Прилагођавање друштвеног сектора	80	22,5
УКУПНО	355,5	100,0

Извор: Пројекат: *Улога Међународних финансијских институција у земљама југоисточне Европе и европски интеграциони процеси: стратегија за синдикални покрет*, 2007.³⁶¹

Као што се види на графикону, највеће позајмице су од Групе СБ узете 2010. и 2011. године, и само у те две године у висини од око 1,08 милијарди УСД. Пројекти највећим делом покривају сектор инфраструктуре (железницу, путеве и авиосообраћај) и финансијски сектор. Улагање у инфраструктуру је кључни предуслов за развој туризма. Група СБ игра важну улогу у инвестиционом тржишту Србије, пре свега јер постоји директна сарадња наше земље са овом институцијом, а испланиран је и читав низ приоритетних инфраструктурних пројеката, који се односе на развој саобраћајне мреже Србије дуж Паневропског коридора VII (Дунав) и Коридора X (завршетка аутопута од мађарске границе до БЈР Македоније и Бугарске). Развој ове мреже путева ће ојачати везе Србије са суседним земљама, појачати туристичку сарадњу и туристичка кретања, створити основне физичке услове за привлачење страних директних инвестиција у туризам и омогућити да Србија постане туристички центар у југоисточној Европи.

Група СБ настоји да олакша развој квалитетне хотелске инфраструктуре у Београду и другим већим градовима Србије, и подржава пројекте који унапређују неопходну пратећу логистику.³⁶²

³⁶¹ Пројекат ISCOS – CISL (Trade Unions Institute for Development Co-operation - Italian Confederation of Trade Unions), *Улога Међународних финансијских институција у земљама југоисточне Европе и европски интеграциони процеси: стратегија за синдикални покрет*, Национални извештај – Србија, Београд, 25. јуни 2007.

Програм СБ у Србији је прилагођен Агенди ЕУ о паметном расту, тако да је фокус на образовању, вештинама и иновацијама, али и инклузивном расту, са нагласком на отварање радних места за осетљиве групе, те модернизацији тржишта рада и социјалних система. Програм за период од 2012. до 2015. године, подржава улазак Србије у ЕУ и помоћ за јачање конкурентности, побољшање ефикасности и резултата социјалне потрошње у контексту врло ограниченог буџета.³⁶³

Међутим, решавању питања сиромаштва кроз развој туризма придаје се релативно мала улога, иако је то питање у оквирима Статута СБ и од великог значаја за Србију (према подацима за 2011. годину стопа сиромаштва у Србији је 9,2%, док је 2010. године била 6,9%).

Средњерочни “СТАР пројекат“, у трајању од 2007. до 2012. године, подржала је Група СБ, тј. Србији је по том основу одобрен кредит од IBRD и обезбеђена донација Глобалног фонда за заштиту животне средине - GEF, како би се сачувао глобално важан еко систем планинске области Стара Планина и ојачала конкурентност српске пољопривреде. Средства из СТАР пројекта су била намењена програмима за развој села и очување биолошке разноврсности Парка природе Стара планина. Партнери на пројекту су били Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, министарство надлежно за туризам и ТОС, односно локални партнери РАРИС из Зајечара, ЈП Србијашуме, представници локалних самоуправа из Зајечара, Пирота, Књажевца и Димитровграда.³⁶⁴ Донација GEF је износила 4,5 милиона УСД, док је кредит од IBRD износио 17 милиона УСД.³⁶⁵

4. ПРОЈЕКТИ ЕУ У СРБИЈИ

Интересовање за реку Дунав, један од најважнијих развојних потенцијала Европе, и чињеница да дунавска проблематика добија обележје унутрашњег питања ЕУ, утицали су да се сви релевантни покухвати на Дунаву одвијају у сарадњи са ЕУ. За Србију, која има успостављену економску и регионалну сарадњу са државама и регионима Дунавског слива, ово је прилика да даље унапређује економску, социјалну и развојну сарадњу.³⁶⁶

Активности Европске комисије, везане за израду Дунавске стратегије, започете су у јуну 2009. године, када је добила мандат од Савета ЕУ да изради заједничку свеобухватну стратегију за земље дунавског слива.³⁶⁷

³⁶² Документ Европске банке за обнову и развој, Стратегија за Србију, Одобрена од стране Управног одбора 20. фебруара 2007. године

³⁶³ World Bank, *Serbia – Country partnership strategy for the period FY12-FY15*, Washigton D.C., 2011.

³⁶⁴ ТОС, *Извештај о пословању Туристичке организације Србије од 1. јануара до 31. децембра 2011. године*, Београд, фебруар 2012, стр.7

³⁶⁵ The World Bank, *Implementation Status & Results, Serbia – Transitional Agriculture Reform Project (P094212)*, Report No: ISR8000, 30.12.2012.

³⁶⁶ Документ Владе Републике Србије, *Позиција Републике Србије за учешће у изради свеобухватне стратегије Европске уније за регион Дунава*, Презентација по стубовима, 10.06.2010, стр. 11-14.

³⁶⁷ Европска комисија, Саопштење Комисије Европском Парламенту, Европском Савету, Свеопском социјално-економском комитету и Регионалном комитету, *Стратегија Европске Уније за Дунавски*

1) Пројекат „Holiday4All” CALYPSO је посвећен развоју социјалног туризма, односно проширењу туристичке сезоне кроз развој специјалних програма за маргинализоване групе, а у том смислу су као циљна група одабрани: деца, млади и породице са мањим приходима. Пројекат је суфинансиран средствима ЕУ, *CIP programme – DG Enterprise and Industry* у износу од 92.411,98 евра, укупна вредност пројекта је 123.215,97 евра. Пројекат траје осамнаест месеци, почев од јануара 2013. године. Носилац пројекта је ТОС, а партнери су НТО Црне Горе и ДСС. Пројекте активности предвиђају успостављање транс-националног координационог и управљачког тела, промотивне активности, израду веб портала *Danube Calypso Holiday Database*, осмишљавање и реализацију серијала тренинга и обуке.

2) Пројекат Културних рута на Средњем и Доњем Дунаву, који се односи на тему римског наслеђа и винских традиција - „Пут Римских царева и Дунавски пут вина“ (Trans-National Cooperation Projects on European Cultural Routes „*Cultural Routes in Middleand Lower Danube*“) одвија се у оквиру Програма за конкурентност и иновативност Европске Комисије, у циљу доприноса одрживом развоју и промоцији културног туризма. Пројекат је суфинансиран од стране ЕУ (*CIP programme – DG Enterprise and Industry*), са 180.000 евра усмерених на јачање комплексног туристичког производа заснованог на међудржавној сарадњи кључних организација за промоцију и развој туризма из приватног и јавног сектора. Носиоц пројекта је ДСС у сарадњи са ТОС, и надлежним министарствима туризма из Србије, Румуније и Бугарске, односно Привредном комором Хрватске. Активности предвиђају израду маркетинг плана руте, штампу промотивних материјала, реализацију серијала активности који ће допринети бољој видљивости дунавског туристичких производа. Ове активности су и подстицај малим и средњим предузећима да се ангажују на овим културним рутама, да се повежу заинтересоване стране и да се подстакну партнерства јавног и приватног сектора.³⁶⁸

Пројекат „Пут Римских царева и Дунавски пут вина“ кандидован је на Међународном сајму у Београду 27. фебруара 2014. године, за нову европску културну руту.³⁶⁹ Један пут културе већ пролази кроз Србију, а то је „Трансромантика“ – који повезује споменике у: Немачкој, Аустрији, Италији, Француској, Шпанији, Словенији, а од новембра 2007. године и у Србији.

3) Пројекат „Donauregionen”, односно „Просторни развој међурегионалне сарадње у дунавској области“ - је међународни пројекат који финансира ЕУ буџетом од 2,5 милиона евра, а циљ је развој Дунавског коридора 7, најважнијег воденог пута у Европи (дуж 42 еурорегиона), ради јачања транспортне и техничке инфраструктуре градова и општина, и природних и људских ресурса. На пројекту

регион, Брисел, СОМ (2010) 715/4 и Акциони план, прилог уз документ: *Стратегија Европске Уније за Дунавски регион*, Брисел, СЕС (2010) 1489/3.

³⁶⁸ Биљана Боснић, Туристички свет, *Европска Комисија издваја 180.000 евра за развој културних рута Подунавља*, 18. април 2012. <http://futurehospitalityleaders.com/2012/04/18/evropska-komisija-izdvojila-180-000-evra-za-razvoj-kulturnih-ruta-podunavlja/>

³⁶⁹ Програм културних рута је покренуо Савет Европе 1987. године, и до почетка 2014. године сертификовано је 26 културних рута. Видети сајт Савета Европе: www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Routes/default_en.asp, Приступ: 22.04.2014.

раде партнерске организације из Словачке, Немачке, Мађарске, Бугарске, Румуније и Србије, а финансиран је из INTERREG IIIB CADSES.³⁷⁰

Европска комисија је у децембру 2012. године предложила усвајање новог програма транснационалне сарадње „Дунав 2014-2020“³⁷¹, који је усклађен са циљевима и територијалним обухватом дефинисаним у Стратегији ЕУ за дунавски регион. На припреми оперативног програма ради Радна група за програмирање, а која ће припремити основни документ за имплементацију овог транснационалног програма.

5. ПРОЈЕКТИ ЕИВ У СРБИЈИ

У Дунавском региону, ЕИВ има већ десетак година кључну улогу у обезбеђивању дугорочног финансирања инфраструктуре. Од 2007. до 2011. године ЕИВ је позајмио укупно 49.397,6 милиона евра за 14 земаља дунавског региона, од тога: за земље чланице ЕУ 42.484,4 милиона евра; за кандидате и потенцијалне кандидате за чланство 5.567,6 милиона евра. Србији је позајмљено 2.689,4 милиона евра.³⁷² Посебан акценат Банке, с обзиром на њено искуство и приоритетне циљеве кредитирања, је на свим областима наведеним у Дунавској стратегији са акцентом на подршку пловидби на Дунаву и одрживој водопривреди у сливу Дунава.³⁷³

ЕИВ је од 2000. до августа 2012. године потписала са Србијом 65 уговора о зајму у вредности од 3,91 милијарду евра за финансирање пројеката из области: енергије (153.523.090 евра), здравства и образовања (275.000.000 евра), индустрије (500.000.000 евра), услуга (232.862.300 евра), телекома (87.000.000 евра), водовода и канализације (25.000.000 евра), градске инфраструктуре (75.000.000 евра), транспорта (1,48 млрд евра) - између осталог за модернизацију аеродрома, санацију и изградњу путева (Коридор 10, магистрални путеви и др.), железнице, мостова, као и кредитне линије у вредности од 1,085 милијарди евра.

Наставак активности ЕИВ у Србији уследио је 30.01.2014. године када је одобрен 5. по реду зајам за инфраструктурне пројекте и мала и средња предузећа, у износу од 150 милиона евра.³⁷⁴ Први део кредитне линије од укупно 500 мил. евра намењен је привредном опоравку и помоћи европским интеграцијама Србије, док је део средстава намењен малим и средњим инфраструктурним пројектима на локалном нивоу, за заштиту природне средине, рационалну потрошњу енергије, здравство, образовање, туризам, трговину и услуге.

³⁷⁰ Brochure: *Donauregionen - The Spatial Development Concept of Interregional Co-operation in the Danube Space*, Interreg III Project Donauregionen, Bratislava, 2008.

³⁷¹ South East Europe, Transnational Cooperation Programme, Danube Transnational Programme 2014-2020 – A new ETC programme: www.southeast-europe.net/en/about_see/danubeprogramme/index, Приступ: 22.04.2014.

³⁷² ЕИВ, *The European Investment Bank in the Danube Region*, 11/2012.

³⁷³ Европска комисија, *Стратегија Европске уније за Дунавски регион – COM (2010) 715*, Брисел, SEC (2010) 1489/3, стр. 88-90.

³⁷⁴ ЕИВ, <http://www.eib.org/projects/press/2014/2014-010-serbia-eur-150-million-for-smes.htm>, 20.1.2014.

6. САРАДЊА СРБИЈЕ СА ОЕСД У ТУРИЗМУ

Мултилатерална сарадња наше земље са земљама ОЕСД почела је 1961. године, када су потписивањем споразума дефинисане смернице за посебан статус и учешће у активностима.³⁷⁵ Сарадња у области туризма одвијала се преко Комитета за туризам (ОЕСД) све до 1992. године (када је Савет ОЕСД донео одлуку о унилатералном раскидању Споразума о сарадњи СФРЈ са ОЕСД). До тада су постојали редовни контакти, размене информација и података од значаја за унапређење међународног туристичког промета, као што су финансијски резултати у области туризма, остварени обим туристичког промета и сл.

Сарадња са ОЕСД била је усклађена са њеним активностима:

- раду на даљој либерализацији и отклањању препрека за међународни туристички промет;
- јасно дефинисање сектора у туризму и идентификовање препрека за туристички промет;
- пређење структурних и политичких промена, кроз анализу индивидуалних националних политика у туризму, са посебним акцентом на питања значајна за земље чланице ОЕСД;
- у циљу веће упоредивости статистичких података, усаглашавање методологије прикупљања и обраде података у сектору домаћег и иностраног туризма и проширивање постојеће базе података, прикупљање релевантних показатеља о значају туризма у укупним националним привредама земаља чланица.

Сарадња са ОЕСД, несумњиво је од користи за сагледавање перспективе развоја туризма у зависности од текућих привредних и монетарних кретања и спровођења мера економске политике у области туризма. Координисање активности са ОЕСД доприноси бољем сагледавању политике развоја туризма у другим земљама чланицама и мера које неке, нама конкурентске земље, предузимају за побољшање квалитета услуга у туризму и остваривање већих девизних ефеката, кроз исти обим туристичког промета. Покретачке идеје, могу се извући и из студија које ради ОЕСД, нпр. о унапређењу туристичке понуде, о унапређењу вансезонског туризма, и сл.

Имајући у виду да су ОЕСД земље у 2010. години оствариле 61% светских туристичких прихода и 58,7% светских туристичких издатака, као и 66% глобалних туристичких долазака, јасан је значај туристичке привреде ОЕСД и њених земаља чланица за нашу земљу.³⁷⁶

³⁷⁵ Ковачевић Р, *Економски односи Србије са иностранством*, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, 2005, стр. 230.

³⁷⁶ ОЕСД, *OECD Tourism Trends and Policies 2012*, OECD Publishing, 2012, p. 110.

IV АКТИВНОСТИ ИНОСТРАНИХ ВЛАДИНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА У ТУРИЗМУ СРБИЈЕ

1. ПОСЕБНЕ ИНОСТРАНЕ ВЛАДИНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ КОЈЕ ДЕЛУЈУ У СРБИЈИ

1.1. Агенција САД за међународни развој (USAID)

Агенција САД за међународни развој - USAID (енгл. *United States Agency for International Development*) у Србији сарађује са: Владом Србије, невладиним сектором, међународним донаторима и америчким агенцијама на продубљивању структуралних реформи. Циљ заједничких активности је побољшање процеса у законодавству, имплементација и подстицање законодавног оквира који подржава пословни развој, привлачење страних инвестиција, јачање капацитета заједнице и локални економски развој.

Укупно, од 2006. до 2012. године USAID је у Србији завршио 30 пројеката, од 34 пројекта колико је уговорено, а процењује се да је на крају тог посматраног периода реализовано 107,78 милиона евра.³⁷⁷

USAID је, на основу студије 12 сектора у Србији, препознао туризам као један од сектора са највећим потенцијалом да буде конкурентан на међународном тржишту, путем реформи политике, развоја радне снаге и боље комуникације. Четворогодишњи «Пројекат за развој конкурентности» вредан 14,7 милиона долара (у трајању од октобра 2007. до 2011. године) промовисао је економски раст кроз унапређење конкурентности малих и средњих предузећа. Пројекат је омогућио повећања продаје, извоза и нових инвестиција од преко 250 милиона долара.³⁷⁸

Пројекат за развој конкурентности је имао двоструки приступ остварењу циљева, трансакцијски и трансформативни. Трансакцијски приступ подразумевао је активности у области продаје и маркетинга, нпр. сајмове, испитивања тржишта, састанке и директне преговоре. Трансформативни приступ подразумевао је активности које су имале за циљ поспешивање дугорочне конкурентности сектора, кроз подршку фирмама у стицању међународних сертификата и стандарда; оснивање група и удружења која се залажу за интересе туристичког сектора; реализацију иницијатива за развој радне снаге које обезбеђују неопходне техничке вештине; и активности на развијању међународно признатих марки како би се

³⁷⁷ Акредитационо тело Србије: ISDACON - Информациони систем за координацију развојне помоћи у Републици Србији, <http://www.ats.rs/link/isdacon-informacioni-sistem-za-koordinaciju-razvojne-pomoci-u-republici-srbiji>, на дан: 23.1.2013.

³⁷⁸ USAID Competitiveness Project; USAID - GO Serbia Design-GO Serbia Activity (RFTOP No. 169-07-015); <http://www.agropress.org.rs/tekstovi/18149.html>, на дан: 31.8.2011.

створила свест о предностима улагања у Србију. Уз бољу информисаност о томе одакле гости долазе и коју врсту туристичке понуде преферирају, локалне самоуправе ће на ефикаснији начин моћи да задовоље очекивања постојећих туриста и привуку нове. Из тих разлога, "тешко је, ако не и немогуће, радити на развоју и маркетингу туризма на најисплативији начин уколико се не раде истраживања, нарочито анкетирање посетилаца".³⁷⁹

Препознајући значај Програма прекограничне сарадње за локалне самоуправе у Србији, USAID је, у сарадњи са Канцеларијом за европске интеграције Владе РС, одлучио да помогне партнерским општинама да припреме пројекте и поднесу захтеве за добијање средстава за њихову реализације од стране ЕУ. Наиме, само у 2011. години за Програм прекограничне сарадње Србије и Бугарске, обезбеђено је око 6,4 милиона УСД.³⁸⁰

Програм USAID, у сарадњи с Туристичком организацијом Србије (ТОС), покренуо је анкетирање по општинама у Србији (за почетак то је било у општинама: Зајечар, Пећинци, Нови Сад и Сомбор, а касније и у другим општинама Србије) и организовао радионице на тему истраживања тржишта и анкетирања (нпр. презентације «Прикупљање података у туризму», «Развој туризма- трендови и перспективе»), како би се боље осмислио и планирао развој ове привредне гране и унапредио капацитет за истраживање туристичког тржишта у Србији. USAID и ТОС су спровели национално истраживање локалних туристичких организација како би утврдили њихове потребе и капацитете.³⁸¹ Из поменутих активности проистакли су нови пројекти локалног одрживог развоја, које ћемо детаљније објаснити, а који представљају део Стратегије USAID за Србију од 2011. до 2015. године, као наставак претходне Стратегије од 2006. до 2010. године.³⁸²

Наиме, USAID је одлучио да се ангажује на програмима међуопштинског партнерства (SLD пројекат је подржао иницијативу „Обједињавање туристичке понуде региона“). Наиме, кроз пројекат одрживог локалног развоја, USAID подржава успостављање веза и партнерстава између општина око заједничких развојних приоритета (с обзиром да се општине суочавају са сличним проблемима), и заинтересован је за привлачење расположивих државних и средстава ЕУ, како би се убрзао регионални економски раст. У овом случају реч је о Међуопштинском партнерству Краљево, кога чине Краљево, Чачак, Врњачка бања, Рашка и Горњи Милановац.³⁸³

Пројекат одрживог локалног развоја USAID је први пројекат који се спроводи на основу билатералног Споразума о техничкој сарадњи између Владе

³⁷⁹ Према речима Скот Вејна, директора Асоцијације за одрживи развој у туризму из Вашингтона и стручњак за туризам USAID – извор: USAID, *Знање је предуслов за привлачење туриста*, <http://www.usaid.gov/sr/>, приступ на дан: 11.7.2013.

³⁸⁰ USAID, Србија, USAID Пројекат одрживог локалног развоја, http://lokalnirazvoj.rs/price_o_uspehu.html, на дан: 14.9.2013.

³⁸¹ USAID, *Abbreviated country development cooperation strategy, Fiscal years 2013-2017*, Serbia CDCS 2013-2017, 2013.

³⁸² USAID, Споразум о помоћи, 169-AA-10-EG/001, *Споразум о помоћи између Сједињених Америчких Држава за конкурентнију тржишну економију*, 23.09.2010.

³⁸³ USAID, Стратешки документ: *Програм развоја туризма 2012-2022, Међуопштинско партнерство Краљево, Рашка, Врњачка Бања, Горњи Милановац и Чачак*, 2012.

Србије и Владе Сједињених Америчких Држава. Предвиђено је да пројекат траје пет година, а да буџет пројекта износи 20,3 милиона УСД. Захваљујући овом пројекту USAID, представници локалног, јавног, приватног и цивилног сектора, имају користи од бржег економског и друштвеног развоја градова и општина у Србији.

Подршка развоју туризма, USAID SLDP пројекат (SLDP - Пројекат одрживог локалног развоја, је петогодишња иницијатива и укључује међуопштинско партнерство – нпр. Суботице, Сомбора и Кањиже; Ужице, Нова Варош, Чајетина, Пријеполје и Прибој; итд. - које је изабрано од стране USAID), базира се на неколико циљева:³⁸⁴

“1) Стварање услова за економски развој и запошљавање кроз креирање и позиционирање туристичког производа (бициклизам, пешачење, винске туре, рурални туризам, гастро понуда, и др, брендирање и маркетинг),

2) Подизање стандарда пружања туристичких услуга (управљање квалитетом туристичких услуга – креирање специјализованих стандарда, Успостављање система еко стандарда),

3) Подизање капацитета људских ресурса у туризму (едукација јавног и приватног сектора)

4) Стварање услова за привлачење инвестиција (Студија о термалним изворима)

5) Регионално повезивање и стварање конкурентских предности (креирање регионалне туристичке понуде – бициклистичке руте, манастирске туре, вински пут ...; Регионална стратегија развоја туризма, Регионални маркетинг план, подршка прекограничној сарадњи”).

У случају општина *Ужице, Нова Варош, Чајетина, Пријеполје и Прибој* идеја је да се позитиван ефекат развоја туризма искористи за ангажовање локалног становништва унутар ланца снабдевања туристичке привреде, производима и услугама произведеним на овом подручју, односно циљ је да се покрену предузетничке иницијативе. Појединачне активности би требале да воде ка креирању интегрисане туристичке понуде и јединственог ланца вредности. Предвиђено улагање у ову активност износи 200.000 долара до 2015. године.³⁸⁵

Иницијатива међуопштинске радне групе – кластер Нови Пазар (општине Нови Пазар, Сјеница и Тутин) је и оснивање Регионалне туристичке организације. Иницијатива је настала из потребе да се обједини туристичка понуда овог региона и максимално искористе његове компаративне предности. Регионална туристичка организација би се бавила развојем и промоцијом туристичке понуде региона.³⁸⁶

³⁸⁴ USAID Sustainable Local Development Project (Contract 169-C-00-11-00102): “*SLDP Strategy concept for tourism support*“ (Стратешки оквир за подршку туризму USAID/SLDP), Belgrade, Februar 1-May 31, 2012.

³⁸⁵ Према документу: *Извештај о стању и перспективама локалног тржишта рада на USAID подручју међуопштинске сарадње Ужице, Нова Варош, Чајетина, Пријеполје и Прибој*, иницираном од стране USAID у оквиру Пројекта одрживог локалног развоја (USAID – SLDP), који је израдила: Огњанов Гаљина, Београд, новембар 2013, стр.12.

³⁸⁶ Према документу: *Практични водич: Оснивање регионалне туристичке организације - Regional Tourist organization – Practical Guide*, који је у оквиру пројекта: USAID Sustainable Local Development Project, израдила: Жикић Марија, у периоду од 1. фебруара до 31 маја 2012. године.

USAID је кроз свој Програм подстицаја економском развоју општина пружио подршку развоју туризма у *Новом Саду, Сомбору, Пећинцима и Зајечару*. Кроз бесповратну донацију у укупној вредности од 280.000 долара, USAID је финансијски подржао пројекат „Препород обала Дунава“ у Новом Саду, који обухвата изградњу туристичко-информативног центра на обали Дунава и туристичку сигнализацију у граду; у Сомбору су подржани пројекти „Реконструкција етно-кућа“ и „Стари занати и производња органске хране“; а у Пећинцима пројекат „Ревитализација Обедске баре“, у који спада и изградња визиторске куле у Обедској бари за посматрање птица.

У једном од међуопштинских партнерстава, која су формирана широм Србије, за координатора је изабран *Регионални центар за друштвено-економски развој Баната (RCRB)*, који је представио пројекте, а за резултат одобрено је 6 пројеката који су добили 1,5 милиона УСД од ЕУ за развој пољопривреде, ревитализацију туризма, заштиту животне средине и развој радне снаге у региону. За остваривање ових циљева, Влада РС и АП Војводина одобриле су додатних 150.000 УСД. Користећи овај модел развоја Баната, раде се пројекти и за остале одабране регионе у Србији.

1.2. Немачка организација за техничку сарадњу (GIZ)

Немачка организација за техничку сарадњу – GIZ (енгл. *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit*) основана 1975. године са седиштем у Бону и Ешборну код Франкфурта на Мајни, је непрофитна организација, односно јавно предузеће Владе Савезне Републике Немачке (главно тело Владе за имплементацију циљева у сегменту међнародне сарадње за одрживи развој) које сарађује са немачким, европским и међнародним организацијама и институцијама (нарочите ЕУ, УН и СБ) у 130 земаља света.

Средства којим располаже GIZ највећим делом долазе од немачке владе, а потом и од ЕУ и других међнародних донатора, влада и фондација. GIZ у име немачког Савезног министарства за економску сарадњу и развој, а у сарадњи са GTZ (Немачка агенција за развој) подржава Србију кроз бројне билатералне и регионалне пројекте.

GIZ је од 2002. до краја 2013. године у Србији радио на 31 пројекту, од којих је 10 завршено, 18 је започето, 2 је у припреми и 1 пројекат је најављен.³⁸⁷

Реализована вредност свих пројеката GIZ до краја 2012. године је износила 52,41 милион евра.

Сарадња GIZ са Србијом је започета 2000. године у областима: одрживи економски развој и запошљавање; демократија; цивилно друштво и јавна управа; и јавна инфраструктура (енергетика и вода).

Један од пројеката на коме је GIZ радио у Србији (у периоду од 2007. до 2012. године) је „Општински економски развој у региону Дунава“ (GIZ-KWD).³⁸⁸

³⁸⁷ Влада Републике Србије, Канцеларија за европске интеграције, Међуресорна мрежа за координацију развоја и помоћи, База података: ISDAKON, *Информациони систем за координацију развојне помоћи у Републици Србији*, стање на дан 23.01.2013.

Пре почетка рада на пројекту општине нису имале јасну слику о могућностима које пружају руралне територије Србије.³⁸⁹ У руралном подручју источне Србије формирана је заједничка понуда општина на Дунаву (у местима: Бољевац, Бор, Голубац, Кладово, Књажевац, Мајданпек, Неготин, Сокобања, Велико Градиште и Зајечар). Због слабе путне инфраструктуре, удаљености од градова који су економски центри Србије и неразвијености, овим општинама је тешко било да се изборе за инвестиције.

Пројекат „Општински економски развој у региону Дунава“ је рађен у сарадњи са другим донаторским програмима и иницијативама, пре свега са ЕУ. Циљ пројекта је здрав “локални економски и регионални развој”³⁹⁰, обезбедити тражњу за услугама локалног приватног сектора и на тај начин побољшати животни стандард локалног становништва. Главне активности су поспешивање руралног развоја, развој туризма, јачање предузетништва и јачање институционалних капацитета на свим нивоима. За овај Пројекат је од 2008. године до новембра 2012. године издвојено 5,5 милиона евра, за поменутих 10 општина у Источној Србији. За рурални развој издвојено је 350.000 евра, а рурални туризам 200.000 евра. Подршка се пружа општинама које су формирале међуопштинске радне групе, а које су се ангажовале на развој целог региона. У оквиру пројекта рађене су и обуке о начину да се унапреде домаћинства па да буду атрактивнија за туристе.³⁹¹ Употпуњавања понуде региона учињено је умрежавањем винара (Неготина и Књажевца), у циљу заједничког пласмана вина и кроз још један пројекат, а то је „Воће Дунава“ у који је уложено 34.000 евра.

С обзиром да пројекат доприноси локалном економском развоју Источне Србије (повећан је ниво инвестиција у инфраструктуру и привреду у поменутих градовима), Тим за праћене пројекта GIZ и SDC (Швајцарска агенција за развој и сарадњу) је у августу 2012. године препоручио наредну фазу од 2013. до 2016. године, која би подразумевала заједничку швајцарско-немачку активност „Општински економски развој у Источној Србији“. Буџет пројекта износи 5 милиона CHF, а директну корист ће имати око 300.000 грађана и представника приватног сектора.³⁹²

Други, регионални пројекат у коме учествује наша земља, а одвија се преко GIZ је заступање интереса туристичких субјеката из Србије, Хрватске, Бугарске, Румуније, Украјине и Молдавије, у оквиру регионалне институције - Дунавског центра за компетенцију, те прикупљање средстава за његов даљи развој. Поред тога, циљ пројекта је и промоција регионалног и прекограничног развоја туризма

³⁸⁸ Регионална агенција за развој источне Србије, *Извештај о раду Регионалне агенције за развој источне Србије за 2012. годину*, 2013.

³⁸⁹ Милић Бранислав, *Сличности и разлике између руралних територија Србије: у прилог територијалном приступу планирању развоја*, Центар за одрживу привреду и рурални развој, Београд, 2011.

³⁹⁰ GTZ је истраживао како да локалне иницијативе у туризму буду успешне и које критеријуме користити за мерење успешности, с обзиром да се на нивоу општина већ више од три деценије промовишу локалне иницијативе као средство за развој. Детаљније видети: Goodwin Harold, Santilli Rosa, *Community-Based Tourism: a success?*, GTZ, ICRT Occasional Paper 11, 2009, p. 4.

³⁹¹ Шарић Наташа и др., GTZ, *Manual for Tourism Start-ups*, изворни назив: *Приручник за вођење пансиона*, Београд, 2008.

³⁹² Confederation suisse, Пројекат: *Општински економски развој у источној Србији*, 2013.

дуж средњег и доњег тока Дунава, као и економски развој региона. Овај пројекат GIZ је предвиђен за период од 2009. до 2014. године.³⁹³

Трећи пројекат ове организације у Србији је „Помагање конкурентности и компатибилности малих и средњих предузећа Србије са ЕУ“, чији програмски период је од 2011. до 2013. године. Програм се одвија на националном нивоу, али и у одређеним привредним секторима, а главне компоненте програма су пословна и инвестициона клима, иновације система, квалитет инфраструктуре и стандарда и повећање ефикасности и ефективности апсорпције средстава из програма ЕУ.³⁹⁴

Од стране GIZ-KWD програма у Србији финансиран је пројекат „Туристичко подручје Доње Подунавље – нова могућност за регионалну сарадњу“, чији је носилац Туристичка организација Доњи Милановац, а међу пројектним партнерима је ТОС. Маркетинг плана туристичке дестинације Доње Подунавље урађен 2012. године.³⁹⁵ Туристичко подручје „Доње Подунавље“, у административном смислу, обухвата општине: Велико Градиште, Голубац, Мајданпек, Кладово и Неготин.

Релизација пројекта је у току, а Голубачка тврђава је међу првим пројектима за које се GIZ заложил. Голубачка тврђава као значајна туристичка зона добила је средства и од ЕУ у висини од 6,5 милиона евра. У пројекат је укључен велики број институција из Србије, као што су министарство надлежно за туризам, ТОС, Завод за заштиту споменика, Србија шуме и други. Након израде студије о могућностима унапређења дестинације, прешло се на инфраструктурне активности (изградњу обилазнице, тунела, заштитних гелендера, и сл.), отварање Туристичког информативног центра поред тврђаве, итд. Очекивана годишња добит пројекта (када се заврши реконструкција и ставе објекти у функцију) ће бити око 2 милиона евра, биће отворено око 50 нових радних места, а што је све од великог значаја и за Голубац и за Србију.³⁹⁶

Дунавска бициклическа рута (Danube bicycle route) кроз Србију, у дужини од око 1040 км, носи ознаку Eurovelo 6, и део је (мреже Европских бициклических рута)³⁹⁷ трасе Атлант - Црно море Европске бициклическе федерације (European Cyclist's Federation). Активности на овом пројекту предводи GIZ, а реализује се у 4 земље: Бугарској, Хрватској, Србији и Румунији. Пројекат има изузетну практичну корист за развој бициклическог туризма (који у Немачкој на годишњем нивоу оствари обрт од око 5 млрд евра), с обзиром да је усмерен на конкретне активности који подижу квалитет овог, за Србију новог сегмента туризма, и повећавају број туриста, а то су:³⁹⁸

³⁹³ Чемерник Б, „Туризам брише границе“, *Време*, бр. 1167, Београд, 16. мај 2013.

³⁹⁴ Мијајић Д, Каппенманн Ј, Сredoјевић М, *ITC in Serbia, At a Glance, GIZ-Program for Private Sector Development in Serbia ACCESS, Vojvodina ICT Cluster*, January 2011, p. 4.

³⁹⁵ „Маркетинг план туристичког подручја Доње Подунавље (Бердан)“ је израдио “Horwath & Horwath Consulting“, у оквиру GIZ-KWD пројекта “Туристичко подручје Доње Подунавље – нова могућност за сарадњу и развој”, 2012.

³⁹⁶ Грунауер А, GIZ: *За економски развој у региону Дунава – 5,5 милиона евра*, Магазин Бизнис, број 78-79, јул-август 2012.

³⁹⁷ European Parliament, Directorate General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, *The European Cycle Route Network EuroVelo: Challenges and opportunities for sustainable tourism*, Brussels, April 2009, p. 18-19.

³⁹⁸ Дунавске бициклическе руте, *Систем путоказне сигнализације: За дунавску бициклическу руту*, Сајт: www.ciklonaut.com/projekti/DBR/dbr_signalizacija.htm, децембар 2009.

- мапирање (обилазак терена, прављење базе података и слично),
- сигнализација (од израде пројекта до израде сигнализације, затим постављања, обилазака и попоравки) – читава рута у Србији је већ обележена (трошкови сигнализације су износили око 120.000 евра).
- израда мапе од Будимпеште до Црног мора,
- израда и одржавање веб сајта www.danube-info.org,
- обука становништва за пружање смештаја бициклистима (у Србији су ангажоване локалне туристичке организације),
- промоција (одштампане су брошуре, успостављен је ефикасан систем оглашавања, одржавају се конференције, путовања за новинаре и туроператере и слично).

„GIZ ORF Camping“ је регионални пројекат везан за кампове. Финансира га GIZ преко Отвореног регионалног фонда за ЈЕ (ORF). Циљ пројекта је усаглашавање понуде кампова у Албанији, Босни и Херцеговини, Македонији, Црној Гори и Србији са европским и међународним тржиштем. Намера је да Западни Балкан постане атрактивна туристичка дестинација за камповање туриста и привлачење партнера везаних за пружање услуга камповања.³⁹⁹

GIZ је један од најзначајнијих развојних партнера Србије по обиму реализованих средстава, и то међу три водеће финансијске институције: СБ, ЕИВ и ЕБРД; плус ЕУ. GIZ годишње улаже у Србију око 10 милиона евра, односно за 12 година присуства ове организације у Србији (тј. до јануара 2013. године) кроз донације и повољне кредите усмерено је 1,3 милијарде евра, кроз различите пројекте локалних самоуправа.⁴⁰⁰ Донације GIZ су биле начин да се покрену пројекти (финансијске и стручне помоћи), који због константиних проблема са дефицитом у буџету Србије током посматраних година, неби били изводљиви.

1.3. Швајцарски програм сарадње са Србијом (SDC)

Швајцарска агенција за развој и сарадњу - SDC (енгл. *Swiss Agency for Development and Cooperation*) је агенција за међународну сарадњу у оквиру Савезног министарства за иностране послове Швајцарске. Сарадња Швајцарске са Србијом траје од 1991. године. У сарадњи са осталим савезним канцеларијама Швајцарске, SDC је одговорна за координацију свих активности везаних за развој и сарадњу са источном Европом. Агенција предузима директне акције, подржава програме мултилатералних организација и помаже финансирање програма које воде швајцарске и међународне организације за пружање помоћи у области:

³⁹⁹ ТОС, *Извештај о пословању Туристичке организације Србије од 1. јануара до 31. децембра 2011. године*, Београд, фебруар 2012, стр. 26.

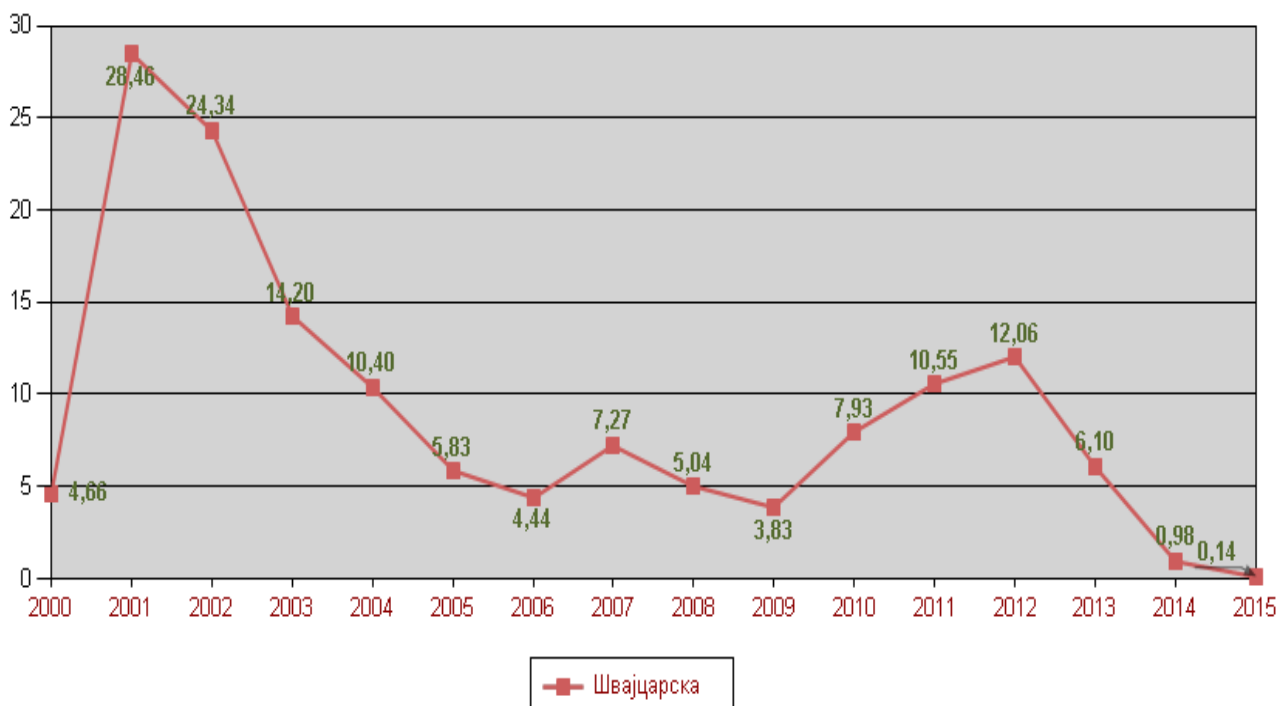
⁴⁰⁰ Влада Републике Србије, Канцеларија за европске интеграције, Међуресорна мрежа за координацију развоја и помоћи, База података: ISDAKON, *Информациони систем за координацију развојне помоћи у Републици Србији*, стање на дан 23.01.2013.

регионалне и глобалне сарадње, хуманитарне помоћи и сарадње са источном Европом.⁴⁰¹

Сарадња Швајцарске са Србијом, у периоду од 2014. до 2017. године, одређена је циљевима, приоритетима и принципима садржаним у Стратегији сарадње са Србијом.⁴⁰²

Графикон бр. 1: Преглед најављених средстава Швајцарске и процене реализације - укључујући и програме реализоване са SDC

Процена укупне реализације за развојног партнера: Швајцарска током година



Напомена: Износи средстава на графикону изражени су у милионима евра

Извор: Информациони систем за координацију развојне помоћи у Републици Србији, стање на дан 23.01.2013.

У области развоја, циљ сарадње је ублажавање сиромаштва, тако што се помаже становништву да оно сâмо себи помогне, а што се реализује и у оквиру пројекта „Подршка унапређењу процеса социјалног укључивања у Републици Србији“.⁴⁰³ Активности су усредсређене на унапређивање привредне

⁴⁰¹ Switzerland's International Cooperation, *Annual report 2010*, Berne, 2011, p. 2, 7.

⁴⁰² SDC, SECO, Swiss Cooperation Office Serbia, *Swiss Cooperation Strategy, Serbia 2014-2017*, Bern, January 2014.

⁴⁰³ Горан Живков и др., Тим за социјално укључивање и смањење сиромаштва, Кабинет потпредседнице Владе за европске интеграције, Пројекат Швајцарске агенције за развој и сарадњу, *Будућност села у Србији*, децембар 2012.

самосталности и аутономије у области управе, побољшање услова производње, помагање у решавању проблема везаних за очување животне средине и остваривање бољег приступа образовању и основној здравственој заштити за најугроженије групе становништва. У том смислу, SDC у Србији учествује у 31 пројекту, од чега је 7 завршених и 24 започетих (до краја 2013. године).⁴⁰⁴

Пројекат „Развој приватног сектора у југозападној Србији“ (ПСД) који финансира Швајцарска агенција за развој и сарадњу, предвиђено је траје од 2009. до 2017. године и за његову реализацију одобрен је буџет од 5,05 милиона CHF. Кључне области интервенције на пројекту су: развој људских ресурса (кроз унапређење система обука, како би се обезбедила већа доступност квалификованог особља); регионална промоција (у циљу повећања број долазака туриста), иновације (нпр. израда интерактивне презентације туристичких потенцијала и производа туристичке регије Западна Србије) и координација између приватног и јавног сектора (кроз унапређење регулаторног оквира). Друга фаза пројекта (од 2013. до 2017. године) тежи да створи могућности за веће запошљавање (посебно младих и жена) и повећање прихода у Златиборском, Моравичком, Рашком и Колубарском округу.⁴⁰⁵ Општа стратегија пројекта се заснива на развоју сектора туризма - кроз подршку привредним субјектима да: унапређују и промовишу понуду, привуку домаће и стране туристе; и обезбеде раст сектора традиционалних производа. Пројекат је намењен за 25 општина у планинским подручјима југозападне Србије, на: Златибору, Златару, Пештеру, Тари, Мокрој Гори, Голији, Дивчибарама и Копаонику.⁴⁰⁶

Трогодишњи програм, од 2009. до 2012. године, финансирала је швајцарска влада, а спроводила Регионална развојна агенција Златибор, на територији шест локалних самоуправа Златиборског округа: Ариља, Нове Вароши, Прибоја, Пријеполја, Чајетине и Ужица. Вредност програма је износила 1,65 милиона CHF, а циљ је био смањење сиромаштва и унапређење економског положаја свих актера у ланцу вредности малих и средњих предузећа (МСП), стварањем могућности за отварање нових радних места и вишефазним интервенцијама у виду подршке развоју и расту МСП сектора. Један од три одабрана сектора је туризам, с обзиром да овај сектор има значајну улогу генератора прихода и запослености у региону. Наиме, процењује се да туризам запошљава око 3.000 људи и 333 домаћинства у руралном туризму у Златиборском округу,⁴⁰⁷ да представља важно емисионо тржиште за локалне производе и услуге и да обећава шири утицај на доходак и запосленост округа, а уз то има и простора за различите додатне интервенције, као што су нпр. систем обука, регионална промоција, истраживање и развој, итд.

⁴⁰⁴ Влада Републике Србије, Канцеларија за европске интеграције, Међуресорна мрежа за координацију развоја и помоћи, База података: ISDAKON, Информациони систем за координацију развојне помоћи у Републици Србији, стање на дан 23.01.2014.

⁴⁰⁵ Swiss Agency for Development and Cooperation, Сарадња са Србијом / Публикација: *Развој приватног сектора у југозападној Србији, Економски развој*, фебруар 2014.

⁴⁰⁶ Очекивани резултати, засновани како на резултатима првог дела пројекта и планираним активностима у оквиру другог дела пројекта, дати су у документу: Regional Development Agency Zlatibor Uzice, Private Sector Development (PSD) Programme for Southwest Serbia, *Project Document for Phase 2 01.05.2013 – 30.4.2017.*, p. 14-25.

⁴⁰⁷ Swiss Agency for Development and Cooperation, „*Извештај о стању у индустрији туризма у Златиборском округу*“, Регионална развојна агенција „Златибор“, Ужице, 2010.

Сличан програм је «Развој приватног сектора у јужној Србији», за који су предвиђена средства у вредности од 3,575 милиона CHF, у периоду 2011. до 2014. године. Циљ донација је економски развој пет изабраних традиционалних сектора, међу којима је и туризам. Ипак, у првој фази, активности ће се спроводити у 14 региона Србије и два сектора: дрвној индустрији и шумски плодови. Циљне групе пројекта су: млади, незапослени, мала и средња предузећа и жене.⁴⁰⁸

Пројекат «Општински економски развој у источној Србији»⁴⁰⁹ је донаторски програм SDC и GIZ, за девет партнерских општина источне Србије, Регионалне развојне агенције за источну Србију и ресорних министарстава Србије, а спроводи се од стране GIZ. Пројекат траје од 2013. до 2016. године, а буџет износи 5 милиона CHF.

„Вредност швајцарске сарадње са Србијом износи 15 милиона CHF годишње. Од 1991. године она износи више од 300 милиона CHF.“⁴¹⁰

1.4. Аустријска развојна агенција (ADA)

Аустријска развојна Агенција - ADA (енгл. *Austrian Development Agency*) је агенција Министарства спољних послова Аустрије. Активности ADA темеље се на „Акту о аустријској развојној сарадњи“ којим је сарадња са Србијом фокусирана на смањење сиромаштва, осигурање мира, безбедност и заштиту животне средине. Донаторске активности Аустрије планирају се на годишњем нивоу, а реализују се у два региона, која су одређена за приоритете, и то: јужне Србије и Војводине.⁴¹¹

Највећи део активности ADA усмерен је на пројекте везане за Дунав. Финансијска средства, која заправо потичу од Аустрије и ЕУ, реализују се у оквиру „Пројекта друштвено-економског развоја дунавске регије у Србији“. Тако су ADA и ЕУ донирале 19,5 милиона евра за спровођење Дунавске стратегије, и управо се користе за ревитализације тврђаве Голубац.

Пројекат „Социјално економски развој Дунавске регије у Србији“ је још један пројекат ЕУ који реализује ADA. Финансиран је из IPA фонда ЕУ у износу од 2,5 милиона евра, док је допринос ADA 1,0 милион евра, тако да укупна бесповратна помоћ износи 3,5 милиона евра.⁴¹² За индивидуалне пројекте општина дуж Дунава обезбеђене су субвенције од по 100.000 до 300.000 евра. Приоритети пројекта су: „1) развој предузећа Дунавске регије у Србији у сектору туризма,

⁴⁰⁸ Swiss Agency for Development and Cooperation, Сарадња са Србијом / Публикација: *Развој приватног сектора у јужној Србији, Економски развој*, фебруар 2014.

⁴⁰⁹ Општински економски развој у источној Србији, <http://raris.org/gtz.htm>, на дан: 17.09.2013.

⁴¹⁰ Србија: Приоритетна земља за швајцарску међународну сарадњу, [http://swiss-cooperation.admin.ch/serbia/sr/Home/Cooperation with Serbia](http://swiss-cooperation.admin.ch/serbia/sr/Home/Cooperation%20with%20Serbia), на дан: 17.09.2013.

⁴¹¹ Влада Републике Србије, Канцеларија за европске интеграције, Информација: *Профили донатора: Аустрија*, 2012.

⁴¹² Званична презентација Града Новог Сада, Аустријска развојна агенција АДА: Јавни позив за пријаву пројектних предлога за грант шему пројекта „Социјално економски развој Дунавске регије у Србији“, 28. фебруар 2013; Ерсте банк а.д. Нови Сад, *ЕУ Монитор*, септембар-децембар 2012/ Број 60-63/ Година VI, стр. 11.

животне средине, обраде хране и рукотворина; 2) промовисање бољег споја знања и вештина са потребама економије у Дунавској регији у сектору туризма, животне средине, обраде хране и рукотворина; и 3) пружање подршке делотворнијем искоришћењу културних и туристичких предности Дунавске регије као покретача социјално економског развоја“.⁴¹³

Следећи пројекат који ADA и ЕУ заједно реализују је у области еко-туризма „Сремски Карловци – прва екотуристичка дестинације у Србији (*Danube stream for green dream - Stream4Green*)“. Ово је један од 17 пројеката које је ADA одобрила на конкурс у „Социјално економски развој Дунавске регије у Србији“ (у сектору туризма је одобрено укупно 5 пројеката). Средства која су ADA и ЕУ издвојиле износе 194.218,80 евра, односно 87,58% вредности пројекта. Носилац пројекта је Покрет горана Војводине, а партнери су Планинарско-смуچارско друштво „Стражилово“, Кампинг асоцијација Србије, ПМФ-Департаман за географију, туризам и хотелијерство и ЈП „Војводина шуме“. Реализација пројекта траје од септембра 2013. године (18 месеци) и односи се на микрорегију коју чине: Сремски Карловци, Стражилово и Ковиљско-петроварадински рит.⁴¹⁴ Пројекат има за циљ креирање три пакет производа: 1) летњи дечији кампови; 2) активан одмор који подразумева осмишљавање понуде за одмор на овим просторима (да би боравак туристима био што интересантнији); и 3) формирање сервиса еко-туристичке водичке службе. Предвиђена су издвајања за инфраструктурне радове и за набавку опреме (катамарана, бицикала, кануа, те опреме за кампинг и одржавање пешачких еко-туристичких стаза). Циљ је да се добије и неки од међународних сертификата као што су „Ecolabel“ или „Green Sticker“.

Још један од пројеката, у оквиру грант шеме „Социјално економски развој Дунавске регије у Србији“, из фондова ЕУ и ADA је „Доње Подунавље – лепше лице туризма“.⁴¹⁵ ЕУ и ADA финансирају 73 одсто вредности пројекта, тј. донирају средства у висини од 224.825,24 еура. С обзиром да пројекат реализује Туристичка организација општине Неготин, Туристичка организација општине Кладово и ЈП „Национални парк Ђердап“, одређено је да њихово учешће у пројекту буде у висини преосталог потребног износа тј. 51.709,81 еуро. Сврха пројекта је популарисање бициклистичких и пешачких стаза, као и набавка неопходне опреме за бављење спортовима, а тиме и проширење постојеће туристичке понуде.⁴¹⁶

Пројекти започети у оквиру грант шеме „Социјално економски развој Дунавске регије у Србији“ који се финансирају из фондова ЕУ и ADA, биће завршени у року од 18 месеци (од 1.9.2013. до 1.3.2015. године). Циљ пројеката ЕУ и ADA, када се ради о туризму је побољшање квалитета туристичких услуга и креирање нових туристичких производа.

⁴¹³ Kapper Klaus, Austrian Development Agency, Presentation: *Danube Serbia Grant Scheme, International Danube Day, Belgrade, 9.06.2013.*

⁴¹⁴ Сајт: Покрет горана Војводине: www.ekoloskicentar.org/pgv/?p=1880, Приступ: 11.04.2014.

⁴¹⁵ „*Changing Face of Tourism Space in Lower Danube*“, Grant Contract – External Actions of the European Union 6526-00/2011/Grant23, January 2012.

⁴¹⁶ Национални парк Ђердап, „Доње Подунавље – лепше лице туризма“, Сајт: www.npdjerdap.org 16.12.2013.

1.5. Јапанска агенција за међународну сарадњу (ЈИСА)

Јапанска агенција за међународну сарадњу – ЈИСА (енгл. *Japan International Cooperation Agency*) функционише у склопу билатералне развојне сарадње Јапана са Србијом⁴¹⁷, на начин да обезбеђује техничку сарадњу, концесионе зајмове - из званичне развојне помоћи Јапана и директне грантове. Бесповратна помоћ обично обухвата изградњу/реконструкцију објеката или набавку опреме.⁴¹⁸ Укупна вредност јапанске помоћи Србији од 1999. године до краја марта 2014. године је износила 460 милиона евра.⁴¹⁹

ЈИСА, као владина агенција за међународну сарадњу, фокусира своје активности на три области, које сматра да су значајне за цели Балкан, и то: јачање мира, развој приватног сектора и решавање проблема заштите животне средине.⁴²⁰ ЈИСА је у протеклом периоду углавном пружала помоћ при развоју неопходних капацитета у секторима образовања, пољопривреде, здравства и културе.

Један од важних сегмената којим се ЈИСА бави у земљама западног Балкана је развој малих и средњих предузећа и промовисање предузетништва (у складу са Миленијумским развојним циљевима), те је у том смислу покренут „Пројекат успостављања и промоције службе подучавања малих и средњих предузећа на Западном Балкану“, чија је вредност око 1,03 милиона евра, а учесници су Србија, Босна и Херцеговина и Црна Гора. Поред тога што ради на актуелним питањима економског развоја, ЈИСА се бави и решавањем проблема везаних за заштиту животне средине, те су све значајнија улагања и по том основу у Србију. Полазни став ЈИСА, је да се питање заштите животне средине не може решавати само у једној земљи, него се морају предузети мере које обухватају цео регион Балкана, имајући у виду ситуацију у свакој појединој земљи.⁴²¹ Само у 2013. години, подршка јапанске владе унапређењу животне средине Србије обухватала је четири пројекта (која су се односила на набавку комуналне опреме за: Панчево, Нову Варош, Трговиште и Кнић) и износила је 323.610 евра.⁴²²

ЈИСА настоји да унапреди економски опоравак Балкана и путем промоције туризма. Тако се политика јапанске помоћи до сада углавном односила на обезбеђивање стручњака за промоцију туризма и обучавање полазника, а што је у плану да се настави и наредних година. Један од таквих облика техничке сарадње је управо започет у Србији - „специјализовани технички курс-обуку за промоцију туризма 2013“, за који је намењено 19.896 евра. Предмет пројекта је развијање јединствене стратегије туризма за земље Балкана. Намена курса/обуке је да буде израђена Стратегија развоја за регион Балкана, као и Акциони план за Републику Србију. Истраживање туристичког тржишта и промоција туризма реализоваће се у Јапану, у складу са стратегијом. У оквиру пројекта биће развијен Акциони план за

⁴¹⁷ Сарадња ЈИСА са Србијом заснива се на *Споразуму о техничкој сарадњи између Савета министара Србије и Црне Горе и Владе Јапана*, Службени лист СЦГ: Међународни уговори, бр. 4/2006.

⁴¹⁸ Влада Републике Србије, Канцеларија за европске интеграције, Информација: *Профили донатора: Јапан*, 2012.

⁴¹⁹ ЈИСА, <http://www.jica.go.jp/balkan/english/office/topics/topics100607.html>, Приступ: 12.04.2014.

⁴²⁰ ЈИСА 2013, Japan International Cooperation Agency, *Annual Report*, November 2013, стр. 60-61.

⁴²¹ *JICA Brochure Balkan Office*, Уред за Балкан Јапанске агенција за међународну сарадњу, 2012.

⁴²² ЈИСА, <http://www.jica.go.jp/balkan/english/office/topics/topics100607.html>, Приступ: 12.04.2014.

континуирану примену стратегије у региону. Циљ ове техничке помоћи је да се осигура конкурентност и тржишно пословање, као и изградња институционалних капацитета за успостављање функционалног тржишта.⁴²³

У Србији, ЈСА постиче туризам тако што је Србију сврстала у категорију бесповратне помоћи у области културе, те улаже у локалну културу, историјска и научна места и друге туристичке изворе, као што су: Југословенска кинотека у Београду у коју је 2006. године уложен 68.281 евро, Музеј Војводине у који је уложен 53.231 евро (2006. године), Српско народно позориште у Новом Саду у који је уложено 360.000 евра (2005.), Јапански врт у Београду - Ботаничка башта са донацијом од 160.000 евра (2003.), и други слични пројекти.⁴²⁴

⁴²³ Влада Републике Србије, Канцеларија за европске интеграције, Међуресорна мрежа за координацију развоја и помоћи, База података: ISDAKON, Информациони систем за координацију развојне помоћи у Републици Србији, стање на дан 14.04.2014.

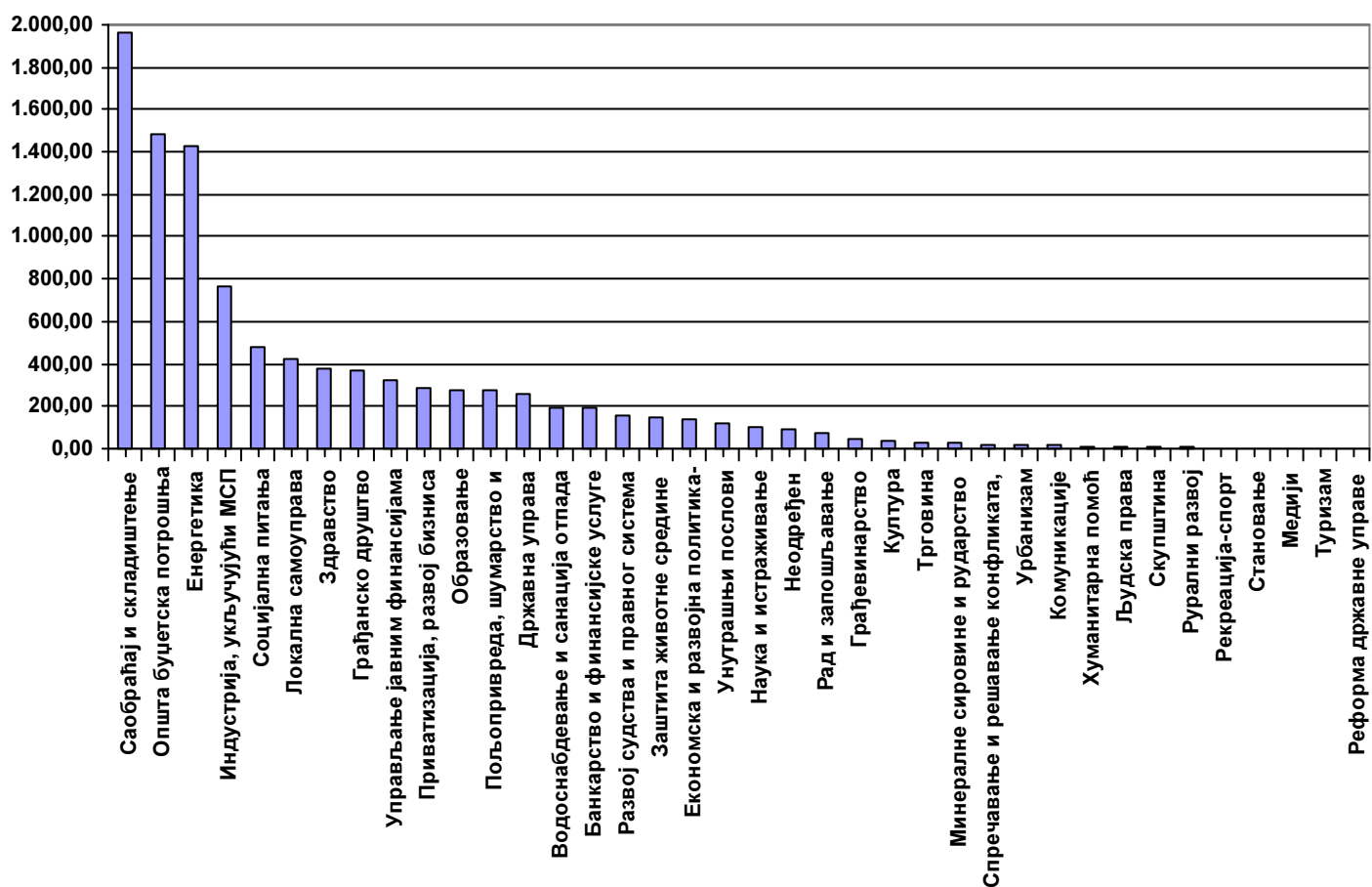
⁴²⁴ Влада Републике Србије, Канцеларија за европске интеграције, Међуресорна мрежа за координацију развоја и помоћи, База података: ISDAKON, Информациони систем за координацију развојне помоћи у Републици Србији, стање на дан 14.04.2014.

2. ПРОЈЕКТИ У СРБИЈИ ФИНАНСИРАНИ СРЕДСТВИМА МЕЂУНАРОДНЕ РАЗВОЈНЕ ПОМОЋИ

Развојна помоћ која стиже у Србију, одобрава се за најразличитије секторске пројекте. Средства за реализацију тих пројеката потичу из више извора, почев од билатералних и мултилатералних партнера, преко међународних финансијских институција, па све до приватног и невладиног сектора.

Србија је развила билатералну сарадњу на пројектима са значајним бројем земаља, а посматрано по величини најављених средстава развојне помоћи, до краја 2012. године (од већих ка мањим), то су: Немачка, САД, Русија, Италија, Кина, Шведска, Норвешка, Швајцарска, Јапан, Азербејџан, Холандија, Велика Британија, Грчка, Шпанија, Француска, Аустрија, Канада, Чешка Република, Данска, Турска, Луксембург, Пољска, Финска, Словачка Република, Кувajt, Република Кореја, Бугарска и Словенија.

Графикон бр. 2: Процена реализације међународне помоћи по секторима,
од 2000. до 2013. године -у милионима евра



Извор: Влада Републике Србије, **Канцеларија за европске интеграције**, *Извештај о међународној помоћи Републици Србији у 2011*, април 2012, стр. 22; ISDAKON, *Процена реализације међународне помоћи – по развојним партнерима*, Извештај ажуриран 21.03.2014.

Према дефиницији званичне развојне помоћи ОЕCD-а,⁴²⁵ међународна развојна помоћ пружа се у облику бесповратних средстава и концесионалних кредита, под условом да је елемент бесповратности у укупно одобреним средствима најмање 25%. Развојна помоћ може бити пружена у виду новца, робе или услуга. Имајући све то у виду, оцена развојне помоћи подразумева праћење реализације програма, пројеката и активности које су предмет донације, а не само и једино финансијску реализацију.

Што се тиче бесповратне помоћи Републици Србији од 2000. до 2013. године, највећи билатерални донатори су САД, Немачка, Шведска, Италија и Норвешка. Овако плодотворна сарадња резултат је редовних билатералних консултација са развојним партнерима, посебно у погледу програмирања и праћења реализације програма.

Доминантан облик помоћи у структури бесповратне помоћи је техничка помоћ и односи се на експертску помоћ која се користи за израду студија, стратегија, тендерске документације, обуке, пружање консултантских услуга из различитих области, итд. У наредним годинама техничка помоћ ће имати значајно учешће у укупној структури међународне бесповратне помоћи када се има у виду намена средстава билатералних донатора.

Посматрано по ОЕCD секторима, туризам је на самом дну лествице што се тиче одобрене билатералне развојне помоћи. У сектор туризма је из билатералне помоћи уложено 196.600 евра.

Чешка Република:

- Информативни центар у Крагујевцу: у виду бесповратне новчане помоћи од 21.000 евра;
- Подршка развоју туризма у Белој Цркви: у виду бесповратне новчане помоћи од 8.300 евра
- Реконструкција школе у сврхе туризма – чешко село, Општина Бела Црква: у виду бесповратне новчане помоћи од 7.300 евра

Пољска:

- Развој и промоција туристичког ресурса Специјалног резервата природе Увац (Сјеница): у виду бесповратне новчане помоћи од 35.000 евра; циљ - семинари и набавка пловила за организовање туристичких посета резервату.

Турска:

- Илуминација тврђаве Рам у Великом Градишту: у виду бесповратне новчане помоћи од 25.000 евра; циљ - повећање привлачности историјског места;
- Рестаурација и еколошки надзор над гробницом шеиха Мустафе (Београд – Стари Град): у виду бесповратне новчане помоћи од 100.000 евра; циљ - заштита историјског наслеђа.

Да би се имао прави увид у развојну помоћ уложену у сектор туризам, потребно је листи додати и улагање ЕУ кроз пројекат:

ЕУ

- Подршка спровођењу Стратегије развоја туризма Републике Србије, у виду бесповратне новчане помоћи од 1.000.000 евра (у оквиру IPA за помоћ

⁴²⁵ Влада Републике Србије, Канцеларија за европске интеграције, *Извештај о међународној помоћи Републици Србији у 2011*, април 2012, стр. 17.

транзицији и институционалној изградњи за 2007. годину); циљ – да подржи сектор туризма приликом спровођења стратегије и одговарајуће политике која ће бити конципирана као веза између коришћења туристичких потенцијала са једне стране и економског развоја са друге; побољшање конкурентности туризма, привлачности туристичке понуде и котирање Србије на туристичкој карти света.

Дакле, за пројекте из сектора туризма (7 пројеката), намењене су донације у износу од 1.196.600 евра. Од тога, до краја 2012. године је реализовано 1,13 милиона евра (на завршене пројекте).⁴²⁶

Током 2011. и 2012. године, пројекти међународне помоћи су били усмерени ка одрживом туризму у функцији руралног развоја и ка јачању институционалних капацитета за спровођење политике руралног развоја у складу са стандардима ЕУ.

Процењује се да је за рурални развој (као издвојени OECD сектор) укупна реализација износила 3,37 милиона евра у 2012. години, билатерално, од стране: Пољске, Шведске, Италије, Словачке Републике, Холандије и UNDP. Програм руралног развоја за општину Топола подразумевао је и развој сектора туризма, док код једног дела пројеката очекује се активирање села у правцу бављења руралним туризмом.

Знатно више средстава међународне развојне помоћи опредељено је за сектор грађанско друштво, медији и култура. Ако посматрамо област културе, ту су биле заступљене све активности почев од подршке установама културе (музејима, позориштима, ботаничким баштама, филхармонији, и др.) до заштита културног наслеђа. Од билатералних донатора, нарочито су били заступљени: Јапан, Шведска, Сједињене Америчке Државе и Италија. Реализовани су програми у вредности од око 50,1 милион динара (2012. године).

Од сектора који је посебно значајан за развој туризма, а заузима важно место у укупној реализацији пројеката, је сектор животне средине и енергетике. Обезбеђивањем неопходних енергетских ресурса, заштитом природних ресурса, станишта, шума, река, земљишта и биолошког диверзитета Републике Србије, овај сектор директно утиче на квалитет живота. Пажљиво управљање ограниченим еколошким и енергетским ресурсима од кључног је значаја као основа за даљи привредни раст и унапређење конкурентности. У сектору животне средине и енергетике (укључујући водоснабдевање, санацију отпада, рударство и минералне сировине) реализовано је укупно 105,91 милиона евра у 2011. години. Потребе сектора значајно превазилазе износ одобрене међународне помоћи.

Секторска расподела међународне помоћи последњих година је великим делом била условљена мерама за ублажавање последица економске кризе у Републици Србији, што је разлог да је сектор туризма заузео релативно мањи део средстава. Највећи обим средстава усмерен је на реализацију мера за подстицање ликвидности привреде и повећање домаће тражње. Значајна средства су искоришћена за инфраструктурне програме и пројекте, и за мере у финансијском сектору, како би се очувала макрофинансијска стабилност земље.

⁴²⁶ ISDACON, Информациони систем за координацију развојне помоћи у Републици Србији, <http://www.evropa.gov.rs/Evropa/PublicSite/index.aspx>, према подацима из 2013. године.

Трећи део

НЕОПХОДНОСТ САРАДЊЕ СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ИНСТИТУЦИЈАМА У ТУРИЗМУ КАО ЧИНИЛАЦ КОНКУРЕНТНОСТИ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

I МОДЕЛИРАЊЕ РАЗВОЈНИХ ТУРИСТИЧКИХ МОГУЋНОСТИ И ПОТРЕБА СРБИЈЕ

1. УЛАГАЊА У ТУРИСТИЧКУ ПРИВРЕДУ СРБИЈЕ

Инвестициони подстицаји и олакшице могу бити финансијски (директна државна улагања у развој туристичке и капиталне инфраструктуре, бесповратна финансијска средства која се додељују под одређеним условима, развојни кредити, итд.), фискални (нпр. смањење пореза на добит, смањење царинских давања на увезену опрему и сл.), државне гаранције (за отплату комерцијалног кредита, субвенционисање, повољне концесије и сл.), и остали подстицаји (програми обуке за запослене, спонзорисање маркетиншких активности и слично).

Стварање повољне инвестиционе климе у земљи и веће ангажовање страних инвеститора условљено је стабилношћу политичке и привредне ситуације, затим подстицањем инвестиција путем додатних мера макроекономске политике, омогућавањем предузећима са страним капиталом да увозе производе потребне за реализацију страних инвестиција, оживљавањем тржишта капитала и регулисањем питања улагања страног капитала.

Међутим, фактор на који Србија није могле да утиче од 2008. године била је светска економска криза, која је утицала и на међународне организације и институције у Србији и на поједине државе са којима наша земља иначе има добру билатералну сарадњу (партнере), у смислу смањеног обима расположивих средства за развојне пројекте.⁴²⁷

Србија има Уредбу о условима и начину привлачења директних инвестиција којом се уређују „услови и начини привлачења директних инвестиција на територију Републике Србије, критеријуми за доделу средстава, динамика исплате додељених средстава, као и друга питања од значаја за повећање конкурентности привреде Републике Србије кроз прилив директних инвестиција које имају повољан утицај на отварање нових радних места, трансфер нових знања и технологија, равномеран регионални развој Републике Србије, као и привлачење инвестиција у туризам.“ - (члан 1)⁴²⁸

Активан приступ туристичкој инвестиционој политици подразумева унапред израђене и припремљене конкретне инвестиционе пројекте.

⁴²⁷ Према Проф. др Млађану Ковачевићу „Све тежа друштвена и економска криза у Србији, економска криза у ЕУ, тешка криза у земљама у окружењу и низ других фактора имали су за последицу да су приходи по основу такзованих страних директних инвестиција у 2012. години износили мање од једне милијарде евра и били осетно мањи него у 2011. години.“ - Дневни лист „Политика“, Млађан Ковачевић, Шта да се ради: Како (ре)индустријализовати Србију, „*Каква индустрија такав извоз*“, 27. март 2013.

⁴²⁸ „Сл гласник РС“, бр. 20/2012, 123/2012 и 14/2013, Уредба о условима и начину привлачења директних инвестиција.

Интерес привреде за развој туризма могуће је постићи одобравањем повољних кредита, који су бар једнако повољни као код других туристичких земаља, што подразумева низ конкретних елемената као што су: грејс период, дуже рокове отплате кредита, ослобађање од плаћања појединих доприноса, итд.

Инвестициона улагања у туризам треба посматрати у контексту шире економске политике земље и опште политике финансирања изградње значајнијих објеката. При томе свакако треба следити препоруке финансијских институција (банака), а то су:⁴²⁹

- мобилисање приватног сектора, у циљу подстицања конкуренције и обезбеђивања различитих недостајућих услуга;
- финансирање процеса приватизације туристичког сектора, уз државне гаранције и повезивања са светским системима који покривају област туризма;
- промовисање реформи законодавства и поједностављивања регистрационих процедура;
- увођење међународних стандарда у управљању хотелима и достизање адекватаног нивоа пратећих услуга у локалним економијама;
- финансирање студија о методама прилагођавања и техникама управљања.

Најпре ћемо приказати износе исплата за инвестиције у 2010. години по изворима финансирања. Укупно за „Услуге смештаја и услуга“ исплаћено је 3,48 милијарди динара, што је свега 0,78% укупних инвестиција у основне фондове (видети наредну табелу).

Табела бр. 1: Исплате за инвестиције у основне фондове,⁴³⁰
по изворима финансирања, 2010.

- у милионима динара

	УКУПНО СРБИЈА	УСЛУГЕ СМЕШТАЈА И ИСХРАНЕ	УЧЕШЋЕ*
Сопствена средства	316.446,10	2.105,41	0,67%
Удружена средства	2.256,80	20,07	0,89%
Финансијски кредити	80.543,20	1.356,87	1,68%
Средства осталих фондова	42.024,10	0,18	0,00%
УКУПНО	441.270,40	3.482,54	0,78%

*Извор: Републички завод за статистику Републике Србије,
Статистички годишњак 2012, стр. 154-155.*

* Учешће „Услуга смештаја и исхране“ у укупним исплаћеним инвестицијама у Србији

⁴²⁹ EBRD, *Transition impact retrospective*, April 2001. (Companion paper), стр. 5- 8.

⁴³⁰ Под појмом исплата за инвестиције у основне фондове имају се у виду новчана улагања у основна средства у току године (без обзира на време када је извршена њихова изградња, израда или набавка). Поред исплата у готовом новцу, исплатама се сматрају и отплате комерцијалних кредита и финансијског лизинга искоришћених у току године, као и исплаћене курсне разлике у текућој години, без обзира на то кад су настале. – Извоз: Републички завод за статистику Републике Србије, *Статистички годишњак 2012*, стр. 154-155.

Из сопствених средстава инвестиције су износиле око 2,1 милијарде динара. Сопствени извори су чинили око 60% исплата за «услуге смештаја и исхране». Ове исплате обухватају динарска и девизна средства непосредног инвеститора: амортизацију, средства пословног фонда, удружена средства и остала средства (буџета, друштвених фондова и сл.) пренета на рачун инвеститора.

Исплате из фонда удружених средстава су износила око 20 милиона динара, и у односу на укупне исплате за «услуге смештаја и исхране» оне учествују са мање од 1%. То су средства домаћих и страних суинвеститора, као и средства физичких лица, удружених са средствима непосредног инвеститора, а на основу заједничког улагања, што говори о занемарљивој присутности заједничких улагања у делатност.

Финансијски кредити учествовали су са око 39% исплаћених средстава у «услугама смештаја и исхране», а ту су укључени банкарски кредити, финансијски кредити добијени од других, као и финансијски кредити непосредно уговорени са иностраним фирмама.

Не треба previdети ни да је за развој туризма, поред величине инвестиционих улагања значајна територијална расподела средстава, карактер изградње (нови капацитети, реконструкција и модернизација постојећих капацитета, одржавање нивоа постојећих капацитета) и техничка структура изградње (грађевински радови, опрема са монтажом и остало).

Ако посматрамо територијалну дистрибуцију исплаћених средстава у 2010. години, према подацима Републичког завода за статистику РС, Београдски регион је учествовао највише са 47,8%, затим Регион Шумадије и Западне Србије са 37,8%, те Регион Војводине са 12,1% и Регион Јужне и Источне Србије са 2,3%, што говори о неравномерности дистрибуције средстава и запостављености Региона Јужне и Источне Србије.

Остварене «инвестиције у основне фондове»⁴³¹ мање су у 2010. години за 10,8% у односу на 2009. годину. Посматрано по делатностима, највеће учешће на нивоу Републике Србије у оствареним инвестицијама у основне фондове 2010. године евидентирано је у прерађивачкој индустрији, 20,8%; док је најмање учешће евидентирано у услугама смештаја и исхране 0,76%.

Укупне остварене инвестиције у основне фондове, у услугама смештаја и исхране, износе око 3,66 милијарди динара. Од тога је у грађевинске радове инвестирано око 2,27 милијарди динара или 62,1%; опрему са монтажом 1,14 милијарди динара или 31,3%; а у остало 242 милиона динара или 6,6%.

⁴³¹ «Инвестицијама у основне фондове сматрају се набавке остварене од стране правних лица у циљу добијања нове инвестиционе робе и повећања вредности или замене постојеће инвестиционе робе. Набављена инвестициона роба може бити купљена у земљи и иностранству, набављена путем финансијског лизинга, стечена трампом, примљена као капитални трансфер у природи или произведена и задржана за сопствену употребу. Обухватају се, при том, све врсте улагања у нове капацитете, као и улагања у проширење, доградњу, реконструкцију и модернизацију постојећих или замену застарелих, истрошених или ненамерно уништених капацитета. Инвестицијама се не обухватају средства утрошена за инвестиционо и редовно одржавање постојећих објеката.» - према: Република Србија, Републички завод за статистику, *Статистички годишњак 2012*, стр. 109.

Табела бр. 2: Укупне остварене инвестиције у основне фондове, по техничкој структури, делатности и седишту инвеститора, 2010.

- у хиљадама динара

	УКУПНО	ГРАЂЕВИНСКИ РАДОВИ	ОПРЕМА СА МОНТАЖОМ			ОСТАЛО
			Свега	Домаћа	Увозна	
(1)Укупно Р.Србија	483.646.342	215.329.944	230.547.033	138.435.706	92.111.327	37.769.365
(2)Услуге смештаја и исхране	3.658.913	2.272.639	1.143.888	993.800	150.088	242.385
Учешће*	0,76	1,06	0,50	0,72	0,16	0,01

Извор: Републички завод за статистику Републике Србије,
Статистички годишњак 2012, стр. 147-148.

* Учешће (2), „Услуга смештаја и исхране“ у (1) укупним оствареним инвестицијама у основне фондове Републике Србије

По карактеру изградње, највише инвестиција у услугама смештаја и исхране уложено је у реконструкцију искоришћених капацитета 2,47 милијарди динара или 66,7%; потом у изградњу нових капацитета 997,9 милиона динара или 27%; и на крају у одржавање постојећих капацитета 230,9 милиона динара или 6,3%.

Субвенције државе у области туризма последњих десетак година (од 2003. до 2012. године) имале су тенденцију раста. До одступања је дошло само због светске економске кризе и то у 2009. години, када је забележен пад субвенција у туризму, да би се потом 2010. и 2011. године вратиле на претходан ниво и поново наставиле са растом. Последње три године, субвенције у туризму се крећу од 2,5 до 3 милијарде динара, односно око 5% од укупних субвенција које одобрава држава.⁴³²

Субвенције и дотације за пројекте развоја туризма намењене су промоцији Србије као туристичке дестинације, промоцији и унапређењу квалитета туристичког места и регије, као и за промоцију и унапређење квалитета рецептивно-туристичке понуде. Средства се додељују према степену усклађености са Стратегијом развоја туризма Србије. Неопходно је да пројекти доприносе развоју приоритетних туристичких производа и простора, адекватном управљању туристичким ресурсима и развојним процесима. Један од критеријума за доделу средстава је степен развијености општине.

Корисници средстава могу да буду јавна предузећа и туристичке организације, дестинацијске менаџмент организације, привредна друштва и друге институције чији је оснивач влада или локална самоуправа.

⁴³² Министарство финансија и привреде РС, *Билтен јавних финансија, новембар 2012, бр. 99, јануар 2013.* стр. 59.

Табела бр. 3: Субвенције у области туризма из Буџета Републике Србије,
2003.-2012. - у милионима динара

ПЕРИОД	СУБВЕНЦИЈЕ У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА	УКУПНЕ СУБВЕНЦИЈЕ	УЧЕШЋЕ ТУРИЗМА У УКУПНИМ СУБВЕНЦИЈАМА
2003.	89,5	30.723,6	0,29
2004.	152,1	34.898,2	0,44
2005.	343,1	29.140,1	1,18
2006.	920,9	31.752,0	2,90
2007.	1.738,3	36.252,6	4,79
2008.	2.581,9	49.374,9	5,23
2009.	1.588,2	40.875,1	3,89
2010.	2.524,9	49.511,3	5,10
2011.	2.872,3	56.277,7	5,10
2012.			
Јануар	9,5	7.947,9	0,12
Фебруар	0,0	2.942,0	-
Март	0,0	6.659,9	-
Април	443,7	10.241,8	4,33
Мај	60,0	3.995,2	1,50
Јун	65,0	5.787,0	1,12
Јул	206,0	4.110,2	5,01
Август	354,6	4.793,0	7,40
Септембар	0,0	4.669,1	-
Октобар	117,9	14.441,8	0,82
Новембар	910,5	6.887,4	13,22
Децембар	333,9	14.122,2	2,36
Укупно 2012.	2.500,9	86.597,9	2,89

Извор: Министарство финансија и привреде РС, Билтен јавних финансија, април 2013, бр. 104, стр. 57.

Напомена: «Субвенције обухватају сва средства која се пребацују сектору привреде (јавним предузећима, регистрованим пољопривредним газдинствима и сл.) за покриће текућих трошкова или / и дотацију намењену текућем пословању.» - према методолошком објашњењу Билтена јавни финансија.

Буџетом Србије за 2013. годину, планирана су финансијска средства у висини од 2.649.530.000 динара - функција 473: Туризам; економска класификација 451: Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама⁴³³.

ТОС обезбеђује средства за рад из средстава буџета Републике Србије.⁴³⁴ Законом о буџету Републике Србије за 2012. годину и Програмом распореда и коришћења средстава субвенција и дотације намењених за развој туризма у 2012.

⁴³³ Распоред и коришћење средстава са ове апропријације врши се по посебном акту Владе.

⁴³⁴ Закон о туризму – члан 31, “Службени гласник РС”, бр. 36/09, 88/10, 99/11 – др. закони и 93/12.

години, обезбеђена су средства за рад ГОС у износу од 315 милиона динара (500 милиона динара је био план за 2013. годину).⁴³⁵

«Уредбом о условима и начину доделе средстава за подстицање квалитета туристичке понуде»,⁴³⁶ ближе је одређен начин доделе и коришћења кредитних средстава за финансирање пројеката унапређења квалитета туристичке понуде физичких лица, као и малих и средњих привредних друштава из области туризма.

Расподела и коришћење средстава намењених развоју инфраструктуре у туризму у Србији била су утврђена посебним актом Владе (2006. и 2008. године), на годишњем нивоу, а на основу средстава предвиђених у буџету, према Закону о буџету Републике Србије. Средства за програме развоја инфраструктуре у туризму користе се нпр. за: израду просторних и урбанистичких планова и развојних планова реструктурирања и тржишног позиционирања туристичких места и туристичких регија, као и пројеката базичне комуналне инфраструктуре; изградњу приступних саобраћајница до туристичких места и локација које су обухваћене овим програмом; уређење и коришћење земљишта намењеног општој рекреацији у туристичким местима и туристичким регијама (ски-стазе, пешачке стазе, трим стазе, бициклическе стазе, тренинг стазе, стазе за моторне санке, стазе здравља, уређење обала река и језера, панорамски путеви и др.); итд.⁴³⁷

Када је реч о територијалној расподели средстава, у функцији регионалног развоја туризма, нарочито привредно неразвијених подручја, конципирање интегралног програма развоја, треба да полази од одабраних селективних видова туризма, просторних приоритета, дугорочних циљева регионалног развоја и претпоставки за њихово остваривање, укључујући и све комплементарне делатности и инфраструктуру одређеног подручја.

У 2013. години одобрене су и субвенције за заштићена природна добра од националног интереса, у износу од 150 милиона динара, а намена је следећа:⁴³⁸

- 1) чување, одржавање и презентација заштићених подручја;
- 2) управљање посетиоцима;
- 3) регулисање имовинско-правних односа;
- 4) праћење и унапређење стања заштићених подручја
- 5) уређење простора и одрживо коришћење природних ресурса.

Имајући у виду разноврсност могућих инвестиционих подстицаја, са разрађеним и целовитим системом инвестиционих олакшица могуће је створити предуслове за привлачење страног капитала и осигурање већег учешћа малог и средњег предузетништва у структури туристичке понуде земље. Додатна средства за развој рецептивног туризма Србије, поред оних из домаћих извора, потребно је

⁴³⁵ ГОС, Програм рада са финансијским планом за 2013. годину, Београд, фебруар 2013; и Програм рада са финансијским планом за 2012. годину, Београд, јануар 2012.

⁴³⁶ „Сл гласник РС“, бр. 22/2013, Уредба о условима и начину доделе средстава за подстицање квалитета туристичке понуде

⁴³⁷ „Сл гласник РС“, бр. 20/2008, 37/2008 и 87/2008, Уредба о утврђивању Програма распореда и коришћења средстава намењених за развој инфраструктуре у туризму за 2008. годину, III Намена средстава.

⁴³⁸ „Сл гласник РС“, бр. 25/2013., Уредбе о распореду и коришћењу средстава за субвенционисање заштићених природних добара од националног интереса у 2013. години, члан 1.

обезбедити и код међународних банака, организација, регионалних иницијатива и код земљама у ближем и даљем окружењу.

Закључује се да би нагласак код инвестиционих подухвата и финансијских подстицаја требало да буде на повећању атрактивности Србије као туристичке дестинације, јачању субјеката који су носиоци развоја туризма Србије, образовању и посебно оспособљавање кадрова у туризму, унапређењу туристичких производа и развојним туристичким програмима и пројектима.

Нарочито битан подстицај из домена финансијске политике био би ослобађање од пореза на добит нпр. за обнављање старих етно-објеката (нпр. салаша у Војводини, старих руралних српских кућа и др.) и примена стимулативне пореске политике за развој специфичних производа и услуга (бање, планине, села и сл.).

Финансирање туристичке изградње, поред комплексног развоја туризма треба да отклони несразмеру развоја туризма у односу на друге привредне гране.

2. ПОЗИЦИОНИРАЊЕ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

Питање позиционирања домаћег туризма у међународној туристичкој размени отвара бројна потпитања, а пре свега питање прилагођености домаће туристичке понуде међународној туристичкој тражњи. Застарела и неприлагођена структура туристичке понуде Србије захтева усклађивања и примену међународних стандарда, информативне технологије, поштовање међународно признатих узанси, укључивање у глобалне електронске системе пословања, стално подизање нивоа квалитета туристичке понуде уз усклађивање цена и континуирано образовање запослених у туристичкој привреди. У том погледу, сарадња са међународним организацијама и институцијама у туризму неопходна је како би се обезбедила стабилна и квалитетна основа за уобличавање туристичких потенцијала, и како би се подигла конкурентност домаћег туризма. Свака појединачна међународна организација и институција, на специфичан начин, деловањем у складу са својим оснивачким актом (Статутом) отвара могућности за боље позиционирање у туризму, а на свакој појединој земљи је да одлучи које природно, културно или неко друго богатство жели да искористи приликом позиционирања на међународном туристичком тржишту. ЕУ на пример, отвара могућности бољег позиционирања кроз стимулисање руралног, културног или другог вида туризма; затим подршком за унапређење квалитета услуга у туризму; подстицањем запошљавања у туризму итд. УН баве се подстицањем одрживог развоја туризма, развојем слабије развијених подручја путем туризма, итд. Специјалне агенције УН, свака у свом подручју, подстичу стандарде и квалитет у туризму (WHO – прописујући стандарде здравља и сигурности путника на међународним путовањима, UNESCO - заштитом и презентацијом природног и културног наслеђа, итд.). Србија тако има могућност да бира, на бази којих сопствених потенцијала и са којим међународним организацијама и институцијама, ће градити своју позицију на светском туристичком тржишту.

„На конкурентском тржишту „позиција“ се односи на то како потрошачи оцењују производе и услуге или перформансу организације према специфичним атрибутима, у односу на оне које пружају њени конкуренти. Свака услужна компанија у свести својих потрошача има позицију или имиџ, који утичу на одлуке у куповини. Позиције могу бити подразумеване и непланиране и развијају се током времена, али могу бити и планиране као део стратегије маркетинга и на крају се саопштавају циљном тржишту. Намера планираног позиционирања јесте диференцијација у свести потрошача, којом се неке услуге разликују од оних које пружају конкуренти.“⁴³⁹ Односно још директније, „позиционирање је начин на који се производ позиционира у свести потрошача – дизајниран тако да чланови циљаног сегмента тржишта препознају тај производ као најбољи за њих.“⁴⁴⁰

„Оптимално позиционирање туристичког производа укључује неколико основних елемената:⁴⁴¹

- а) мора бити повезано са потребама и жељама потрошача;
- б) ствара представу – имиџ о туристичком производу;
- в) садржи обећање о користима које производ има за потрошаче и
- г) пружа основу за диференцирање у односу на конкуренцију.“

Позиционирање Републике Србије мора бити засновано на професионалном сагледавању фактора, који пресудно утичу на општи успех Републике Србије као туристичке дестинације, и то:⁴⁴²

- 1) објективној интерпретацији централних елемената понуде у области ресурса и атракција, односно дефинисаних стратешких потенцијала за успех у туризму;
- 2) анализи и оцењивању вредности актуелних и очекиваних трендова у глобалном туризму и процени реалних шанси за тржишни продор и развој Србије;
- 3) анализи конкуренције, која подразумева структурно и процесно познавање стања у реалном конкурентском кругу.

Србија као туристичка дестинација данас се наша окружена јаком конкуренцијом. Два су основна начина која омогућавају постизање конкурентске предности:⁴⁴³

- понудити сличан производ конкурентском, али јефтинији,
- понудити другачији производ – диференцирање.

Приликом позиционирања домаћег туризма на светском тржишту треба обратити пажњу на конкурентне земље, са једне стране на земље Западне и Централне Европе, а са друге стране на суседне и земље југоисточне Европе, одакле у нашу земљу долази најбројнија група туриста тзв. «мото-туристи». Познавање конкуренције је битно за адекватно позиционирање и дугорочни развој

⁴³⁹ Бакић О, Љубојевић Ч, Бакић М, *Маркетинг стратегија туристичких услуга*, Завод за уџбенике, Београд, 2002, стр. 118.

⁴⁴⁰ Hill E, O’Sullivan T, *Marketing*, Longman, Singapore, 1999, p. 160.

⁴⁴¹ Попеску Јован, *Маркетинг у туризму у хотелијерству*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2013, стр. 92.

⁴⁴² Horwath Consulting Zagreb и Економски факултет, «*Стратегија туризма Републике Србије – Први фазни извештај*», 25.11.2005. године, стр. 9.

⁴⁴³ Middleton V.T.C, Fyall A, Morgan M, Ranchhod A, *Marketing in travel and tourism*, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 2009, p.136-158, 197.

туризма Србије, па у том светлу за нас су битне: Мађарска, Бугарска, Румунија, Словенија, Хрватска, Македонија. Свака од поменутих земаља је постала препознатљива туристичка дестинација (нпр. Словенија истиче рекреативну димензију понуде, Мађарска – емотивну, Румунија уз гостољубивост истиче мноштво двораца, итд.).⁴⁴⁴ Нпр. позиционирање руралног туризма Србије, у погледу смештаја у руралном туризму, има јаку конкуренцију, јер су Мађарска и Чешка Република у сличној позицији као и Србија, док у погледу конкурентности производа Мађарска и Чешка Република предњаче, те су идентификоване као потенцијална конкуренција у будућности.⁴⁴⁵ Треба напоменути да је позиционирање руралног туризма само део целокупног позиционирања Србије као дестинације, а да значајну помоћ на том путу Србија има од специјалних агенција УН (UNWTO, FAO, UNDP, UNEP и UNICEF).

Могуће је да се неке земље позиционирају на принципу вредност за новац, друге ће понудити управо оно на чему инсистирају туристи, трећи ће одабрати неки вид ексклузивности, те ће њихова позиција бити одраз микса одлука које доносе и импресија коју креирају промоцијом.⁴⁴⁶ Имајући то у виду и Србија би требала да гради свој специфичан и препознатљив бренд заснован на кључним карактеристикама опште присутних вредности, као што су: спој традиције и модерног; савремене и наслеђене културне баштине; склоност ка забави; српска култура, гастрономија и уметност. Суштина позиционирања је „понуда потрошачима најбољих производа по разумној цени, чиме се смањује вероватноћа да ће потрошачи отићи код конкуренције.“⁴⁴⁷

Проф др. Огњен Бакић је издвојио шест битних карактеристика за позиционирање, а то су: атрибути, карактеристике и користи потрошача; цена/квалитет; употреба и примена; врсте корисника; врсте производа; и конкуренција. Даље, процес позиционирања дели у четири фазе: 1) утврђивање садашње позиције (у односу на кључне конкуренте); 2) одабир жељене позиције; 3) планирање стратегије позиционирања (тј. развијање промоционог микса) и 4) примена стратегије позиционирања.⁴⁴⁸

За Србију је битно позиционирање пре свега на тржиште ЕУ, с обзиром на емитивни потенцијал овог тржишта (а посебно одређених земаља, нпр. Немачке) и њихово квантитативно учешће у укупном туристичком промету у Европи, и свету. За ЕУ је карактеристично и да туристичке агенције из земаља чланица ове интеграције веома доприносе интензитету организованих путовања својих туриста, те је сарадња у смислу пласмана аранжмана, путем туроператорске мреже, битна за

⁴⁴⁴ Horwath Consulting Zagreb и Економски факултет, «Стратегија туризма Републике Србије – Први фазни извештај», 25.11.2005. године, стр. 112.

⁴⁴⁵ Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији, Заједнички програм УН „Одрживи туризам за рурални развој“, 7. јун 2011, стр. 66

⁴⁴⁶ Collier A, Brocx В.М, *Tourism Industry Management*, Person Education New Zealand Limited, 2004, р. 129.

⁴⁴⁷ Попеску Јован, Јованов Зорица, *Улога инструмената маркетинг микса у позиционирању туристичке дестинације*, Сингидунум ревија Вол. 7 / Бр. 1, стр. 94.

⁴⁴⁸ Бакић О, *Маркетинг менаџмент туристичке дестинације*, Educons University, Факултет пословне економије, Сремска Каменица, 2009, стр. 85-87.

обим туристичког промета у Србији.⁴⁴⁹ Поред ових активности, потребно је јачати везе са организацијама које се баве презентацијом ресурса (ЕТС, ЕCOVAST, EuroGites и др.) и струковним међународним удружењима новинара и писаца, те ПР агенцијама, медијима, новинарима и другим јавним гласилима, ради обезбеђивања присутности и презентације нашег туризма у Европи и свету. Циљ је осигурати дугорочну конкурентност на међународном туристичком тржишту, радити на omasовљавању туризма, као и на равномерном развоју дестинација.

Како би опстала, развијала се и остварила успех у овим све сложенијим условима, потребно се системски прилагођавати новим тенденцијама (развоју технологије) и променљивим захтевима туриста, те све маркетинг активности ставити у функцију задовољавајућег нивоа ефективности и ефикасности. Треба напоменути и да значајне промене на циљном тржишту (друштвене, економске, социолошке и друге природе) захтевају да се врши репозиционирање.⁴⁵⁰

Код позиционирања треба имати у виду опредељења Србије као одрживом развоју туризма, препознатљивим догађајима (забавним и спортским) и културно-историјском наслеђу, доживљајима различитости предела и слично.

Национални туристички производ Србије има неограничен број могућности комбиновања понуде и туристичких искустава, као нпр. кружна путовања кроз Србију (повезивањем различитих активности и атрактивности – природне лепоте, споменици културе, гастрономија, итд.), специфичних традиционалних манифестација, итд. Србија се уклапа у нове глобалне туристичке трендове - ако се има у виду све већа усмереност светских кретања ка мањим и мање познатим туристичким дестинацијама, а посебно ка неистраженим подручјима.⁴⁵¹

Стратешко позиционирање Србије као туристичке дестинације треба да проистиче из препознавања и прихватања туризма као средства обнове, развоја и грађења благостања нације. Дobar начин да се одмах побуди интерес за путовањима у Србију јесте да се понуде већ спремни производи и постојеће могућности са којима Србија располаже, а што се последњих година настоје фаворизовати: градски одмори, пословни туризам и MICE⁴⁵², догађаји (традиционалне културне манифестације, као што су: Вуков сабор, Сабор трубача у Гучи, ЕХИТ, ВЕМУS, ВІТЕF, и др.), кружна путовања и групни производи који су везани за «специјални интерес» (лов, риболов, рафтинг, и сл).

⁴⁴⁹ Черовић С, *Стратегијски менаџмент туристичке привреде Србије*, Зелнид, Београд, 2002, стр. 245-247.

⁴⁵⁰ Репозиционирање представља ревизију текућег позиционирања бренда и тражење нове атрактивније позиције. Сам процес репозиционирања је исти као и приликом оригиналног позиционирања, а акценат је на сагледавању нове позиције. Диференцирање производа у односу на конкурентске може се вршити: изградњом препознатљивости, снижавањем трошкова, побољшањем квалитета, суприорним услугама, иновацијама, развијањем партнерских односа са потрошачима, итд. Извор: Вељковић С, *Бренд менаџмент у савременим тржишним условима*, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, 2010, стр. 110-111.

⁴⁵¹ Видети Прилог: Иновативни туристички производи интересантни за страна улагања и развој туризма Србије.

⁴⁵² MICE - Meetings, Incentive, Conventions & Congresses, Fairs & Exhibitions (састанци, подстицајна «incentive» путовања, конгреси и изложбе)

2.1. Постављање развојне туристичке политике

Туристичка политика, као један од неопходних фактора за успех туристичких дестинације, треба да обезбеди окружење у коме ће све заинтересоване стране у туризму моћи да постигну максимум користи и јасну слику о томе шта се жели постићи на дуги рок.

Формулисање развојне туристичке политике Србије, као дела економске политике земље, одвија се у специфичним условима. То су, поред економске кризе, у Србији; криза у важнијим туристичким земљама Европе - Грчкој, Шпанији, Португалији; отварање домаћег туристичког тржишта ка региону, Европи и свету; процес приватизације (са свим својим слабостима) и пресликавање принципа тржишне привреде, према различитим западноевропским и светским моделима. Туристичка политика је одређена и стањем у различитим комплементарним делатностима, као што пољопривреда, прехранбена индустрија, трговина, и друге, а које су такође већ више од две деценије у кризи. Циљеви и мере туристичке политике одређују се у контексту очекиваних трендова и резултата, а на бази анализа досадашњих кретања. У центру интересовања су фактори који дефинишу оптималан обим туристичких кретања и који повећавају стопу економског раста. У том светлу се процењују могућности које пружа туризам уопште, а посебно развој рецептивног туризма.

Србија, као туристичка дестинација, нема своје право место на међународном туристичком тржишту, нити је као туристичка дестинација диференцирана у односу на конкуренцију из окружења. Стога би стратегијско и тактичко планирање, било добра полазна основа за стицање стратегијске предности и остваривање развојних циљева, засновано на примени SWOT анализе.

Табела бр. 4: SWOT-PEST анализа Србије као туристичке дестинације

SWOT/PEST АНАЛИЗА	ЈАКЕ ТАЧКЕ S-Strengths	СЛАБЕ ТАЧКЕ W-Weaknesses	ШАНСЕ O-Opportunities	ПРЕТЊЕ T-Threats
Политика	- Подршка државе турист. развоју (+инфраструктура) - Подршка државе страним инвеститорима - Међ. финансијске и туристичке орг. помажу развој туризма - Сарадња са суседним земља у правцу развоја инфраструктуре: друмске, железничке, речне; и турист. понуде	- Зависност од наклоности међ. заједнице и стално присутно неко „ако“; - Због политичких околности, туризам је пуних 20-так година био запостављен, те је конкурентност на ниском нивоу, а што користе нпр. Мађарска и Словенија у бањском туризму, али и други.	- Услови у окружењу, те одређеност ка ЕУ, отварају пут Србији на европском и светском тур. тржишту - Чланство у међ. орг. сарадња и подршка - Отварање тур. и информативних представништава у иностранству	- Нерешена политичка питања нпр. граница са суседним земљама, чланство у ЕУ, стална опасност од конфликта на Косову и др.
Економија/ Окружење	- Повољни услови за развој различитих туристичких производа услед мноштва природних атракција (планине, бање, језера, реке, градски центри, сеоски туризам, екотуризам) - 20 националних паркова, 120 природних резервата, 470 прир. споменка под заштитом, 9 пећинских система, плус 215 ретких биљних, 427 животињских врста, 140 птица.	- Велика зависност од помоћи међ. организација и институција - Недовољан степен приватизације туристичке привреде (посебно хотела) - Неизграђен имиџ/бренд Србије као туристичке дестинације - Неорганизованост туристичке понуде - Промотивне активности ограничене на средства у буџету Србије за туризам	- Присуство међнародних хотелских ланаца на тржишту Србије (Фалкенштајнер, Хајат Интерконтинентал) - Инвестиције у модерне трговинске и угоститељске објекте - Улагање у спорт, забаву и рекреацију - Изградња, адаптација и опремање смештајних капацитета високих категорија	- Економска (и друге) кризе, слаби ефекти транзиције ка тржишној економији - Дугорочно посматрано, очекује се пад тражње за европским тур. дестинацијама - Растућа конкуренција у региону: изградња инфраструктуре, атрактивности и маркетинга (Хрватска, Словенија, Грчка) - Слабости управљања окружењем
Безбедност и социо-културни аспект	- Предусретљивост људи - Богатство културно-историјског наслеђа (манастири Студеница, Сопоћани и Дечани и др. на UNESCO листи светског културног наслеђа) - Бројни међ. забавни спортски, традиционални и уметнички садржаји	- Брига о безбедности посетилаца и туриста; - Језичка баријера, слабо познавање страних језика - Заостајање за светским трендовима у сфери квалитета општег образовања (нпр. међ. акредитације, лиценце итд)	- Подизање нивоа безбедности - Разноликост тур. производа - Проширивање асортимана производа: све врсте роба, услуга, сувенира, организованих излета и низа других услуга)	- Местимично слаба и неуиграна структура на локалном, регионалном нивоу за развој, управљање и промовисање туризма
Технологија/ Транспорт	- Добра мрежна покривеност информативном технологијом - Изузетно добар стратешки и географски положај на раскрсници европских путева.	- Слаб квалитет превоза и инфраструктуре - Неприлагођеност међ. стандардима у домену пружања услуга - «Загушеност» градског превоза услед ограничених капацитета	- Раст авиосообраћаја и нискобуџетних компанија - Примена инф. технологије и мас-медија за изградњу туристичког имиџа - Побољшање свих видова саобраћаја	- Низак квалитет туристичких услуга (опремљеност, модернизованост, заостајање у примени међнародних стандарда, итд.)

Извор: Табела аутора - коришћена документа: Стратегија развоја туризма Републике Србије, Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији и 12 кластера Србије

Утврђивањем листе јаких и слабих тачака те шанси и претњи, као што је приказано у Табели бр. 4: SWOT-PEST анализа Србије као туристичке дестинације (коју је временом потребно мењати и допуњавати у складу са променама које се временом дешавају), добија се основа за креирање туристичке политике и усклађивање жеља, потреба и могућности земље. Независно од тога која се техника примењује (поменута SWOT/PEST анализа, ситуациона анализа, инпут/оутпут анализа, изградња модела, итд.), битно је да се јасно сагледају трендови, предвиде даља кретања, осигура добра информисаност, те да се на бази мноштва података и анализа предузму активности ради унапређења нашег туризма и развијања конкурентских предности.

Основа развојне туристичке политике Србије у туризму садржана је у Закону о туризму и Стратегији развоја туризма Републике Србије. Према члану 11. Закона о туризму⁴⁵³ Влада на предлог министарства доноси плански документ - Програм развоја туристичког производа „којим се ближе одређује развој приоритетних туристичких производа утврђених Стратегијом и то: градски одмори, кружна путовања, пословни туризам, здравствени туризам, планински и језерски туризам, наутички туризам, манифестације, конгреси и други догађаји, рурални туризам и специјални интереси.“ Дакле, постоји директна веза између стратегије (за стварање конкурентног туристичког производа) и туристичке политике Србије. Влада може да подржава конкурентски оквир, а може и да учествује активно у изградњи конкурентног туристичког окружења.

Туристичка политика треба да испуњава следеће функције:⁴⁵⁴

- 1) да дефинише правила игре – услове под којима туристички оператери морају да функционишу;
- 2) да поставља активности и понашања прихватљиве за посетиоце;
- 3) да пружа заједничке директиве и смернице за све заинтересоване стране у оквиру туристичке дестинације;
- 4) да олакшава консензус око специфичних стратегија и циљева за дату дестинацију;
- 5) да пружа оквир за јавне/приватне расправе о улози и доприносу сектора туризма привреди и друштву у целини;
- 6) да омогућава туризму да се ефикасније сучељава са другим привредним секторима.

Концепт средњорочног и дугорочног усмеравања регионалног развоја туризма треба да се заснива на неколико фундаменталних принципа, као што су:⁴⁵⁵

1. Принцип утврђивања компаративних предности просторних целина или места, заснован на процени атрактивних, коресподентних и комплементарних вредности основних туристичких мотива.
2. Принцип комуникативности, одређен положајем туристичких целина према главним правцима туристичких кретања и мрежом саобраћајница.

⁴⁵³ Закон о туризму РС, „Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 - др. закон и 93/2012.

⁴⁵⁴ Goeldner C, Richie B, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Willey & Sons, Eleventh Edition, New Jersey, 2009, p. 415.

⁴⁵⁵ Николић С, Регионални приоритети развоја туризма у СР Србији ван територија САП, Београд, Туристичка штампа, 1984, стр. 94.

3. Принцип мултипликованих друштвених ефеката од туристичког развоја, изражен директно или индиректно учешћем туризма у укупном развоју одређеног места, просечним примањима која се остваре по основу бављења туристичком делатности или утврђивањем утицаја туризма нпр. на раст запослености, производње и сл.

Поред поменутих принципа, у концепт средњерочног регионалног развоја туризма, потребно је уврстити и додатне факторе којим се изражава ефикасност развоја (односно рангирају туристичке регије), као што су нпр. степен изграђености комуникативне инфраструктуре; туристичких центара и локалитета у развоју; раст туристичког промета и други, а који полазе од развојне улоге туризма.

Позиционирање Србије као јединствене и релевантне интернационалне туристичке дестинације, претпоставља висок ниво оперативне ефикасности кључних кластера и производа, а што се постиже стварањем јаким партнерских односа, тј. деловањем различитих актера (директно и индиректно) укључених из јавног и приватног сектора, те омогућавањем њиховог приступа пројектима, финансирању, тренинзима, и слично, а то мора да омогући држава.

Развој туризма, као делатности са компаративним предностима и значајним мултипликованим утицајем на остале привредне делатности, треба да се темељи на: одрживом развоју; стварању конкурентних туристичких услуга на домаћем и међународном тржишту; развијању свих облика предузетништва; повећању туристичког промета (нарочито иностраног); подстицању обимније и потпуније туристичке потрошње; јачању веза између туризма и комплементарних привредних делатности; реконструкцији и модернизацији постојећих садржаја туристичке понуде и изградња нових капацитета и стварању квалитетног туристичког производа.

Средства за усмеравања и подстицања развоја туризма, планирају се на нивоу државе приликом дефинисања буџета, а намењена су за:⁴⁵⁶

- 1) учешће у финансирању израде стратегијских мастер планова, програма развоја туристичких производа, програма развоја туризма, студија изводљивости туристичких пројеката, урбанистичких планова туристичких места и места за одмор;
- 2) учешће у финансирању промотивних активности туристичких дестинација и туристичких места, као и туристичко-културних и туристичких манифестација у земљи и иностранству;
- 3) учешће у финансирању израде пројекта заштите природе, животне средине, природних ресурса и културне баштине туристичког места;
- 4) подстицање изградње туристичке инфраструктуре, туристичке супраструктуре, спортско-рекреативних и других пратећих садржаја јавног карактера значајних за унапређење квалитета туристичке понуде;
- 5) унапређење постојеће туристичке понуде и интензивирање њеног коришћења.

Водећу улогу и у постављању и у реализовању глобалне туристичке политике великим делом имају међународне организације. На бази светских и европских стандарда, неопходно је радити на обликовању регулативе у туризму, а

⁴⁵⁶ Члан 27. (Подстицајне мере) - *Закон о туризму РС*, „Сл. гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 - др. закон и 93/2012.

посебно према стандардима ЕУ, као тржишта од кога Србија може имати највеће користи. То се пре свега односи на општа правила (која су и под контролом владе, привреде и организација) и политике, које могу имати значајан утицај на успех туризма и туристичких дестинација, а то су: визна политика и пасоши; опорезивање; политика каматних стопа; политика заштите животне средине; царинска и миграциона политика; политика комуникација; социјална политика; образовна политика; политика у области културе; политика у домену страних улагања; политика локалног зонирања; национална, покрајинска, локална политика (финансијске) подршке великим јавним објектима, инфраструктурна политика, валутна политика, правни систем.

Стабилан развој туризма треба да се заснива на сарадњи са међународним туристичким организацијама, на перманентној или *ad hoc* основи, зависно од значаја међународне организације и њихове могућности да помогну развој туризма Србије, било кроз нова сазнања, технике и технологије, пројекте или неки други вид заједничких активности. Интересантно је да међународне организације општег карактера које делују између осталог и у туризму, настоје разним мерама, политикама и активностима постићи и шире циљеве, сем поменутих карактеристичних и важних за туризам, а то је нпр. инвестирање у развој, запосленост, међународно кретање капитала, и слично.

Дакле, утврђивању оптималне глобалне политике развоја туризма претходе опсежна истраживања статистичких података, метода и модела који имају за циљ да се појаве у туризму измере и доведу у међусобну везу, било директно, било индиректно. Значај финансијских институција се огледа најчешће у усмеравању новчаних токова у све развојне фазе туризма, од идејног пројекта до изградње и реконструкције места, техничког опремања, изградње инфраструктуре и слично. Ревитализација домаћег туризма претпоставља постојање стабилних економских и политичких услова, обнову привредне и материјалне базе туризма, афирмацију тржишних принципа пословања и санирање еколошких услова туристичке понуде.

2.2. Примена савремених инструмената међународне туристичке политике

Вођење савремене туристичке политике на међународном нивоу, подразумева примену адекватних инструмената који воде њиховој ефикасној и ефективној реализацији, као што су: међудржавни договори, међудржавни споразуми о сарадњи у области туризма, конвенције, протоколи, декларације, уговори по принципу реципроцитета, протекционистичке мере, алокације средстава за потребе туристичког промета, специфични инструменти плаћања у међународном туризму и други инструменти.

Међудржавни договори су најчешће били саставни део општих трговинских споразума. Наиме, уобичајна пракса је дуго времена била да се уз општи трговински споразум додаје део о туристичком промету са клаузулом највећег повлашћења. Данас је све чешћа пракса закључивања чисто туристичких уговора, посебно уколико се туризму придаје велики значај, односно ако се ради о рецептивним земљама.

Међудржавни споразуми у области туризма заснивају се на обостраном интересу две земље да се кроз непосреднију билатералну сарадњу и дугорочни правни оквир подрже развојни интереси у туризму.⁴⁵⁷ Иницијатива за закључивање ових споразума потиче од туристичке привреде и туристичких тела, али ефекти су много шири од унапређења сарадње само у области туризма, јер доприносе остваривању глобалних циљева као што су зближавање народа, јачање пријатељских односа између земаља, унапређењу привредних односа и даљем развоју.⁴⁵⁸ У туризму они подстичу усклађивање мера и прописа у законодавству, упознавање живота, историје, културе и обичаја народа, подстичу туристичка путовања, туристичку размену и промет.⁴⁵⁹

Савремени споразуми о сарадњи у туризму вођени су принципима и препорукама Конференције УН о туризму и међународним путовањима из 1963. године, Манилском декларацијом о светском туризму из 1980. године, завршном декларацијом Конференције о безбедности и сарадњи у Европи из 1975. године, препорукама Светске туристичке организације, те низом докумената који су касније уследили (о чему је детаљно било речи у наслову: Развој туризма усмераван међународним документима – декларацијама, повељама, резолуцијама).

Споразумима у туризму се поједностављују путне и друге формалности, и олакшава кретање и боравак туриста у уговорним земљама. Њима се и дефинишу подстицајни елементи, као што су заједничке инвестиције, размена и обука кадрова, размена информација, технологија и слично. Подстицаји могу да потекну и од туристичких организација, предузећа и агенција, кроз позив другој земљи да учествује на репрезентативним културним, рекламним и другим манифестацијама.

Једна од области сарадње која се регулише споразумом је боље међусобно упознавање са туристичким потенцијалом друге земље уговорнице. Нпр. материјали за презентацију и рекламу на изложбама, сајмовима, конференцијама, семинарима и слично, а који немају комерцијалну вредност, се обострано ослобађају царине, сагласно националним законодавствима земаља или ратификованим међународним конвенцијама. Уговорне стране олакшавају организовање изложби, презентација туристичке понуде преко филмова, сусрета са јавношћу, подстичу сарадњу својих туристичких органа и организација, нарочито код обуке кадрова и размене туристичких стручњака. Олакшице се пружају и приликом оснивања и деловања националних туристичких представништава (на територији друге земље). Националне организације координирају даљу узајамну

⁴⁵⁷ На пример „Споразуму о сарадњи у области туризма између Владе Републике Србије и Владе Сиријске Арапске Републике“, споразумне стране су одлучиле: «предузети неопходне мере, како би се продубила сарадња двеју земаља у области туризма (чл.1.); подстицати успостављање контаката међу туристичким организацијама, путничким агенцијама и туроператорима двеју земаља, како би се унапредила туристичка размена (чл. 2.); узајамно размењивати туристичке информације, материјале и искуства у области бањског и здравственог, културног и осталих облика туризма, као и инвестирања у области туризма (чл. 3.); у складу с могућностима својих земаља јачати сарадњу и образовања и обуци у области туризма (чл. 4.); истражити могућности за сарадњу по питању инвестирања у области туризма (чл. 5.)» - *Споразум између Владе СФРЈ и Владе Сиријске Арапске Републике о сарадњи у области туризма*, потписан 17. марта 1974. године у Београду, и иновиран и потписан нови Споразум о сарадњи у области туризма, 26. фебруара 2009. године.

⁴⁵⁸ Пауновић Споменка, *Билатерални споразуми наше земље о сарадњи у области туризма*, Пословна политика, XXXIV, бр. 3, Београд, март 2005, стр. 47.

⁴⁵⁹ Прилог 16: *Билатерални споразуми наше земље у области туризма*.

сарадњу и у оквиру рада UNWTO и других међународних туристичких организација.

„Споразуми у вези са техничком помоћи између међународних организација и држава могу се, најгрубље поделити у две групе. Најпре, треба водити рачуна о типизираним уговорима о техничкој помоћи (који се током времена ревидирају). Они у првом реду произилазе из одлуке неколико организација да заједнички наступе у овој области.⁴⁶⁰ Овакви уговори, уз незнатне варијације на основу „сагласности“ организација и владе уређују облике пружања техничке помоћи.... Друга врста ових споразума, пак, односи се на поједине пројекте у чијем спровођењу учествују међународне организације. У њима се, наравно, на подробнији начин предвиђају облици учешћа организације и владе државе којој се пружа помоћ.“⁴⁶¹

Туристичке конвенције су неопходне као средство договарања ради хармонизовања међународних односа између туристичких и нетуристичких земаља. Један од позитивних примера значаја примене конвенција у домену међународног туризма је „Конвенција о царинским олакшицама у туризму“. Наиме, у жељи да се олакша развој међународног туризма, у оквиру Конференције УН, закључена је Конвенција о царинским олакшицама у туризму (4. јула 1954. године), која се односи на привремени увоз туристичких возила и на туризам,⁴⁶² са Допунским протоколом уз ову Конвенцију, који се односи на олакшавање саобраћаја рекламних туристичких докумената и материјала. Заједнички основни циљ земаља уговорница је да привуку публику да посети ту државу, нарочито да тамо присуствује састанцима или манифестацијама културног, туристичког, спортског, верског или стручног карактера, тако да су ослобођени царина и такси.⁴⁶³

Уговори по принципу реципроцитета договарају се билатерално или мултилатерално. Овим уговорима се разрађују све формалности и услови у туристичким односима.

Протекционистичке мере у туризму, које не задиру у области које су предмет договора WTO, могу бити разне мере за повећање туристичког промета - дотације за туристичку пропаганду у иностранству, повластице у путничком саобраћају, попусти, ослобађања од потрошачких такси, итд. Примена ових мера, које су посебно значајне код привредно неразвијене земљама, има за циљ сузбијање црног тржишта девиза и роба. Са друге стране, мере за ограничење туристичког одлива (али и злоупотребе туристичких путовања у друге сврхе) могу

⁴⁶⁰ Први такав случај налазимо 1950. године, с тим да су заједнички наступиле UN, Организација УН за исхрану и пољопривреду, међународна организација за цивилно ваздухопловство, ILO, WHO и UNESCO

⁴⁶¹ Рачић О, Димитријевић В, *Међународне организације*, Савремена администрација, Београд, 1980, стр. 57-58.

⁴⁶² *Уредба о ратификацији Завршног акта Уједињених нација о царинским формалностима које се односе на привремени увоз туристичких возила и на туризам*, "Сл. лист ФНРЈ- Међународни уговори и други споразуми", бр. 5/60

⁴⁶³ Тодоровић Владимир, *Трговина и облигације*, 39. Допунски протокол уз Конвенцију о царинским олакшицама у туризму који се односи на увоз рекламних туристичких докумената и материјала (Њујорк, 4. јун 1954), Том 1, Службени гласник, Београд, 2004, стр 483-490.

бити нпр. отежавање пасошких формалности, ограничавање или забрана изношења новчаних средстава у сврху туристичких путовања у друге земље, а која најтежа погађа слободно одвијање туристичког промета.

Показало се да постоји висока међузависност појединих фактора који чине светску робну размену. Промене валутних курсева и промене цена делују на међународни туристички промет. То указује на повезаност извоза са бројем међународних туриста. Број туриста, висина курса валуте земаље, девизни туристички прилив и одлив и слично, узрокују разлике у ценама и трошковима живота између појединих земаља. Наведени фактори су били повод земаљама да у туризму примене аналогне протекционистичке мере, које се примењују у трговини при увозу и извозу робе, како би се регулисао и ограничио одлазак домаћих туриста у друге земље и повећале долазак страних туриста у своју земљу, као што се регулише прилив и одлив роба у међународној трговини.

Најновије раздобље одликује «сређивање» односа у међународном туризму. Међународне професионалне туристичке организације, али и друге економске организације, залажу се за стварање услова за слободно кретање туриста и укидање девизних рестрикција у међународном туризму. Ова иницијатива је у интересу свих земаља, а један од аспеката иницијативе је на пример интерес европских туристичких земаља да се повећа прилив америчких туриста у Европу, с обзиром на утицај доларског туристичког прилива на платне билансе, док је са друге стране интерес Америке да подстиче путовања домаћих туриста у границама Америке, ради смањења доларског дефицита и повећања доларских резерви у својим државама.

Изграђен је систем правних, финансијских и обрачунских инструмената и уведена посебна девизна туристичка политика за олакшавање и контролу међусобних платежних и девизних односа који настају као резултат туристичког промета.

3. УЛОГА ЗАКОНСКИХ РЕШЕЊА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

Сви закони везани за туризам треба да помогну развоју туризма, тј. да буду ефикасни и практични како би се подстицало предузетништво и ојачале пратеће делатности (везане нпр. за рурални туризам, Дунав, винске путеве и друго).

Свеобухватан и квалитетан развој туризма наше земље захтева усклађивање, редефинисање и примену законских и подзаконских правних аката у складу са кретањима у туризму и потребама туристичког сектора, поред основних захтева у туризму за отвореношћу тржишта и иницијативама. Закони морају створити могућност прилагођавања домаће туристичке привреде променама у светским туристичким кретањима, како би се туристичка привреда могла борити за сваког свог потрошача, односно туристу.⁴⁶⁴ Европска унија је одговарајућим правним актима, Споразумом из Шенгена и Оснивачким уговором, омогућила слободу кретања између појединих земаља чланица и увела јединствену валуту – евро, што је погодовало бољој дисперзији туриста и масовности кретања (односно да се током једног путовања обиђе више држава и градова) унутар граница ЕУ. Ова регулатива је специфична за ЕУ као интеграцију, али и јединствена као идеја како треба користити правну регулативу у функцији развија туризма.

3.1. Законска решења Републике Србије у туризму

Регулатива у функцији развоја туризма, има дугу историју у Србији. Први Закон Србије у области туризам је “Закон о бањама, минералним и топлим водама” из 1914. године, чији је циљ био да заштити и регулише експлоатацију добара од јавног интереса, препознајући значај бањских капацитета за државу и финансијских прихода. Након тога уследила је «Уредба о унапређењу туризма» и «Правилник о проглашењу туристичких места» оба акта из 1936. године. Након Другог светског рата, када се офанзивније кренуло са развојем туризма, уследило је и детаљније правно регулисање питања која се јављају у туризму.

Када говоримо о законодавној основи која данас регулише функционисање туристичке привреде, онда је ту на првом месту:

- Закон о туризму,⁴⁶⁵

а потом:

- Закон о бањама,⁴⁶⁶

⁴⁶⁴ Један од класичних примера је визни режим, који ако ограничава слободу кретања, негативно утиче на опредељење туриста да посећују једну земљу, тј. одустају од путовања, а самим тим актом туристичка привреда губи потенцијалне приходе и могућност за опстанак, што посебно у условима тржишне економије, води пропадању, у првом реду хотела. Ако узмемо да туристи из западне Европе не познају границе између својих држава, визни режим може само негативно утицати на туристе и довести до одустајања од путовања у нашу земљу, а ако томе додамо да туристи из Западне Европе и највише троше током својих одмора, све губитке је тешко и сагледати.

⁴⁶⁵ Закон о туризму, “Службени гласник РС”, бр. 36/09, 88/10, 99/11 – др. закони и 93/12.

⁴⁶⁶ Закон о бањама, “Службени гласник РС”, бр. 80/92 и 67/93 – др. закон.

- Закон о јавним скијалиштима,⁴⁶⁷
- Закон о заштити животне средине,⁴⁶⁸
- Закон о националним парковима,⁴⁶⁹
- Закон о културним добрима,⁴⁷⁰
- и други.⁴⁷¹

Са друге стране, рурални туризам иако веома значајан за Србију, није посебно укључен у законске и подзаконске прописе у вези са туризмом.

Поред поменутих закона, финансијску основу/средства за развој туризма, на годишњем нивоу, одређује Закон о буџету Републике Србије, док је намена средстава прецизирана у „Закону о туризму“.⁴⁷² Битни су и закони који се односе на фискална и парифискална оптерећења којима су изложени субјекти у угоститељско-туристичкој делатности, а која оптерећују туристичку привреду. У домену фискалне политике стимулативне мере обично се регулишу кроз закон о акцизама и порезу на додатну вредност (ослобађање од пореза на промет угоститељства и информативно-пропагандне делатности), закон о порезу на добит предузећа (пореске олакшице за опремање туристичких објеката) и закон о административним таксама (ослобађање од плаћања одређених такси).

Законска регулатива такође мора да регулише и прати инвестирање страног капитала у Србију, као важног елемента за развој туризма. Ова регулатива обухвата читав низ прописа, који се баве питањима страних улагања, основама пореског система, девизним и царинским питањима, концесијама, трансформацијом предузећа и другим законским и подзаконским актима. И у овој области се прати светски тренд којим се настоји елиминисати сваки вид дискриминације. Страним инвеститорима се омогућило да обављају све врсте делатности са једнаким положајем, правима и обавезама, као што их има домаће физичко и правно лице. Уз то се, с циљем привлачења страних инвеститора, планирају и одобравају одређене подстицајне мере, које обухватају отварање нових радних места, слободу увоза опреме за обављање привредне делатности, пореске и царинске олакшице, царинска ослобађања и слично.

Међутим, пословно окружење Србије, које прати инвестирање, има и одређене изазове, као што је наведено у извештају Светске банке о пословању у Србији за 2014. годину, а односи се на дужину административних процедура за добијање грађевинских дозвола, плаћање пореза и извршавање уговора.⁴⁷³

⁴⁶⁷ Закон о јавним скијалиштима, “Службени гласник РС”, бр. 46/2006.

⁴⁶⁸ Закон о заштити животне средине, “Службени гласник РС”, 135/04, 36/09, 36/09 - др. закон, 72/09 - др. закон и 43/11 – одлука УС.

⁴⁶⁹ Закон о националним парковима, “Службени гласник РС”, бр. 39/93, 44/93 - исправка, 53/93, 67/93, 48/94, 101/05 - др. закон и 36/09 - др. закон

⁴⁷⁰ Закон о културним добрима, “Службени гласник РС”, бр. 71/94, 52/11 - др. закон и 99/11 - др. Закон.

⁴⁷¹ Закон о заштити потрошача, Закон о оглашавању, Закон о посебним овлашћењима ради ефикасне заштите права интелектуалне средине, Закон о приватним предузетницима, Закон о привредним друштвима, Закон о удружењима, Закон о заштити становништва од изложености дуванском диму, Посебне узансе у туризму. – према сајту Министарства привреде Републике Србије: <http://www.turizam.mfp.gov.rs/index.php/sr/2010-02-11-19-39-09/2010-01-19-12-38-58> на дан 1.10.2013.

⁴⁷² Закон о туризму, “Службени гласник РС”, бр. 36/09, 88/10, 99/11 – др. закони и 93/12. – члан 27.

⁴⁷³ World Bank, *Doing Business 2014: Economy Profile: Serbia*, Washington DC, 2013, p.10, 12, 85.

Од осталих закона ту су: Закон о заштити потрошача, Закон о оглашавању, Закон о посебним овлашћењима ради ефикасне заштите права интелектуалне својине, Закон о приватним предузетницима, Закон о привредним друштвима, и др.

Одредбе Закона о туризму уређују питања: планирања и развоја туризма; рада туристичких организација за промоцију туризма; услова и начина обављања делатности туристичких агенција, затим угоститељства, наутичке и ловно-туристичке делатности; као и пружање услуга; те такси и пенала у туризму. Закона чине и веома важне мере за унапређење туризма (подстицајне мере) и мере надзора над применом Закона, које врши министарство преко туристичких инспектора.

С обзиром да се законска (и подзаконска) акта усклађују са регулативом туристички развијених земаља, у њима су садржане мере које унапређују туристичку делатност и спречавају несавесно пословање.

Подизању квалитета угоститељских и туристичких услуга, сузбијању нелегалног рада у области туризма и унапређењу угоститељске и туристичке понуде доприноси и инспекцијски надзор. Предмет контроле у области туризма је легалност рада туристичких агенција (правних и физичких лица која пружају услуге из области туризма и угоститељства), посебно поседовање лиценце за организаторе путовања, придржавање прописаних минимално-техничких услова, прописно сачињавање општих услова и програма путовања, поседовање прописаних финансијских гаранција, испуњеност прописаних услова за пружање услуга туристичког водича и аниматора, наутичког туризма, на скијашким теренима, услуга у ловном, конгресном, омладинском, дечијем и сеоском туризму, и др. Квалитет се не може наметнути, али се законским и подзаконским актима могу поставити минимални стандарди, како би се заштитили потрошачи и избегла нелојална конкуренција.

3.2. Подзаконска акта Републике Србије у туризму

Комплексност у дефинисању основе на којима се заснива туризам, а потом и даље надоградње, резултат је кретања људи и бројних и разноврсних потреба које се одражавају на готово све сегменте живота. Тако су на основу Закона о туризму донета одговарајућа пратећа подзаконска акта, која детаљније регулишу поједине сегменте туристичке привреде, а на нивоу туристичког места то су:

- «Уредба о утврђивању приоритетних туристичких дестинација, зона, локација и категорија објеката у местима за одмор и туристичким местима у приоритетним туристичким дестинацијама»⁴⁷⁴ - Приоритетне туристичке дестинације, састоје се од једног или више туристичких места или места за одмор и њиховог ширег функционалног простора, а утврђују се као просторне целине које располажу туристичком ресурсном основом за развој и комерцијализацију туристичких производа, потенцијалним и реалним туристичким атракцијама, туристичком инфраструктуром и туристичком супраструктуром. Нпр. приоритетна

⁴⁷⁴ Уредба о утврђивању приоритетних туристичких дестинација, зона, локација и категорија објеката у местима за одмор и туристичким местима у приоритетним туристичким дестинацијама“, Сл. гласник РС”, бр. 35/2011 и 90/2011.

туристичка дестинација Београд утврђује се на територији града Београда, а онда се у туристичком месту одређује (обухват и границе) зона, а саставним делом туристичке зоне сматрају се туристичке локације.

- «Уредба о највишем и најнижем износу боравишне таксе»⁴⁷⁵ - Висина боравишне таксе утврђује се за туристичка места (по категоријама - од I до IV категорије), различито по зонама (за I, II и III зону) туристичког места.

Поред поменутих уредби, донет је и «Правилник о категоризацији туристичких места»,⁴⁷⁶ којим се прописују ближи услови за одређивање категорије туристичког места, начин одређивања и промене категорије и врсте података о туристичким местима који се евидентирају у Регистру туризма.

Услови и начини привлачења директних инвестиција одређени су «Уредбом о условима и начину привлачења директних инвестиција»,⁴⁷⁷ где су дефинисани критеријуми за доделу средстава, динамика исплате додељених средстава, као и друга питања од значаја за повећање конкурентности привреде Републике Србије. У делу анализе утицаја страних улагања на развој туризма Србије, имали смо у виду дефиницију директних инвестиција која се даје у члану 2. ове Уредбе, а која гласи:

„директне инвестиције јесу нова улагања у основна средства привредног друштва у производном сектору или сектору услуга које могу бити предмет међународне трговине или сектору туризма, а којима се обезбеђује отварање нових радних места и то у случају:

- (1) започињања обављања нове пословне делатности,
- (2) проширења постојеће делатности,
- (3) диверсификације постојећег производног програма у нове додатне производе,
- (4) битне промене у целокупном производном процесу постојеће делатности.

Директне инвестиције у производном сектору могу бити:

- (а) инвестиције којим се граде нови производни капацитети (енгл. greenfield),
- (б) инвестиције које користе постојеће капацитете (енгл. brownfield).“

Неспорна чињеница је да прилив директних инвестиција има повољан утицај на отварање нових радних места, трансфер нових знања и технологија, равномеран регионални развој Србије, као и привлачење инвестиција у туризам.

У Србији су услови које мора да испуњава здравствена установа за пружање угоститељских услуга трећим лицима дефинисани уредбом. Према члану 2. Уредбе «здравствена установа у којој се организује боравак и пружање услуга превенције, лечења и рехабилитације корисницима по основу упута надлежне лекарске комисије и комисије Републичког фонда за пензијско и инвалидско осигурање, може пружати услуге смештаја, припремања и услуживања хране, пића и напитака трећим лицима, на основу одобрења министра надлежног за послове туризма.»⁴⁷⁸

⁴⁷⁵ Уредба о највишем и најнижем износу боравишне таксе, “Сл. гласник РС”, бр. 51/2010.

⁴⁷⁶ Правилник о категоризацији туристичких места, “Сл. гласник РС”, бр. 24/2012 и 31/2012 - испр.

⁴⁷⁷ Уредба о условима и начину привлачења директних инвестиција“, Сл. гласник РС”, бр. 20/2012, 123/2012 и 14/2013.

⁴⁷⁸ Уредба о условима које мора да испуњава здравствена установа за пружање угоститељских услуга трећим лицима, “Сл. гласник РС”, бр. 18/2012.

Разлике у стандардима здравствених услуга широм света препознате су од WHO, те је она 2004. године покренула Светски савез за безбедност пацијената,⁴⁷⁹ као тело које помаже болницама и владама широм света да постигну политику и праксу безбедности пацијента.

Србија је у области регулисања коришћења природно-лековитих својстава бања донела «Правилник о условима које треба да испуњавају правна и физичка лица за коришћење природног лековитог фактора у бањи и начину сталног праћења количине и састава природног лековитог фактора».⁴⁸⁰ Правилником су дефинисани услови у погледу кадрова, опреме и просторија које треба да испуњавају правна и физичка лица, као и начин сталног праћења количине и састава природног лековитог фактора (у зависности од врсте природног лековитог фактора у бањи - термална и минерална вода, гас и лековито блато).

Туристичко законодавство у домену пословања туристичких агенција, базира се пре свега на Закону о туризму, где је прецизирана делатност туристичких агенција, затим послови које обавља и услови за обављање послова, те врсте туристичких агенција. На основу члана 49. став 3. Закона о туризму донет је Правилник⁴⁸¹ којим се прописују ближи услови у погледу простора и опреме које мора да испуњава туристичка агенција која непосредно пружа услуге путнику. Посебним Правилником се прописује облик, садржина и начин вођења евиденције уговора које туристичка агенција закључује са трећим лицима којима је поверено извршење услуга из програма путовања и продатих туристичких путовања.⁴⁸²

Када се ради о организаторима путовања држава је установила обавезе организатора путовања у погледу врсте и услова гаранција путовања, те начина активирања, у зависности од врсте организованог путовања.⁴⁸³ Овај Правилник је произашао из вишегодишњих понављања проблема у којима организатори путовања, због неликвидности пословања, обуставе плаћања тј. неизврше обавезе плаћања према иностраном партнеру за уговорене услуге, па наши туристи у иностранству, и поред тога што су своје обавезе према организатору путовања уредно измирили, бивају избачени из хотела и доживљавају непријатности.

Услуге туристичких професија: туристичког водича, туристичког пратиоца, туристичког аниматора и локалног туристичког водича; прописане су Законом о туризму (члановима од 94. до 99.), с тим што је на основу члана 97. одређено да програм и начин полагања стручног испита за туристичког водича и туристичког пратиоца, те облик и садржина легитимације и ознаке туристичког водича,

⁴⁷⁹ World Alliance for Patient Safety

⁴⁸⁰ *Правилник о условима које треба да испуњавају правна и физичка лица за коришћење природног лековитог фактора у бањи и начину сталног праћења количине и састава природног лековитог фактора*, "Сл. гласник РС", бр. 23/1994.

⁴⁸¹ *Правилник о ближим условима у погледу простора и опреме које мора да испуњава туристичка агенција која непосредно пружа услуге путнику*, "Сл. гласник РС", бр. 78/2009.

⁴⁸² *Правилник о облику, садржини и начину вођења евиденције уговора закључених са трећим лицима којима је поверено извршење услуга из Програма путовања и продатих туристичких путовања*, "Сл. гласник РС", бр. 37/2011.

⁴⁸³ *Правилник о врсти и условима гаранције путовања, начину активирања и другим условима које мора да испуни организатор путовања у зависности од врсте организованог путовања*, "Сл. гласник РС", бр. 50/2012 и 44/2013.

туристичког пратиоца и туристичког аниматора, прописује министар надлежан за послове туризма.⁴⁸⁴

Од осталих подзаконских аката нарочито су исцрпна она која се односе на угоститељску делатност, као што је:

- «Правилник о условима и начину обављања угоститељске делатности, начину пружања угоститељских услуга, разврставању угоститељских објеката и минимално техничким условима за уређење и опремање угоститељских објеката».⁴⁸⁵

Правилници покривају и обављање угоститељске делатности у сеоским туристичким домаћинствима и домаћој радиности, маринама и ловно-туристичким објектима, те услове за рад скијалишта, и друга битна питања.

Сви поменути документи имају за циљ да регулишу развој туризма, подстакну његов развој и ближе одреде услове функционисања привредних субјеката у туризму.

Може се закључити да су законска и подзаконска акта врло детаљно, пажљиво и примерено пратила развој туристичке делатности у Србији и да се настојало утицати на туристичка кретања и квалитет у туризму. Као што смо видели на примеру, било је и случајева кашњења, у домену емитивног туризма, али након тога и јачања контролне улоге.

У туризму је веома заступљена сива економија, са око 28%⁴⁸⁶, на чему мора да се додатно ради како би се, колико је то могуће, превела у легалне токове. Ипак, претерано администрирање и инсистирање на реално тешко остваривим условима, директно води напуштању рада домаћинства у легалним токовима и прелазак у сиву зону.

Када је реч о категоризацији објеката и домаћинства, потребно је имати у виду поред европских норми и домаће специфичности, традицију и друге околности. Претераним условљавањем, администрирањем и непрестаним повећавањем броја нових прописа, могуће је да се оде у другу крајност и дестимулишу улагања, односно да законска решења постану препрека за улазак домаћих и страних улагача у ову делатност, као и самих грађана који се покушавају укључити у сеоски туризам, туризам на салашима (издавањем соба, односно примањем гостију).

Како је неопходно повећање иностране туристичке тражње и јачање рецептивне улоге српског туризма и даље је потребно перманентно праћење европских и светских туристичких стандарда и искустава, те пажљиво усклађивање са потребама и могућностима туристичког потенцијала Србије.

⁴⁸⁴ *Правилник о програму и начину полагања стручног испита за туристичког водича и туристичког пратиоца*, “Сл. гласник РС”, бр. 40/2010 и 55/2012; *Правилник о облику и садржини легитимације и ознаке туристичког водича, туристичког пратиоца и туристичког аниматора*, “Сл. гласник РС”, бр. 40/2010.

⁴⁸⁵ *Правилник о условима и начину обављања угоститељске делатности, начину пружања угоститељских услуга, разврставању угоститељских објеката и минимално техничким условима за уређење и опремање угоститељских објеката*, “Сл. гласник РС”, бр. 48/2012.

⁴⁸⁶ Пауновић С, Ристић З, Павловић Љ, *Истраживање неформалне економије у Крушевцу, Лозници и Суботици (с посебним освртом на туризам, трговину и грађевинарство)*, Радничка штампа, Београд, 2011, стр. 53

II СТРАТЕГИЈА БУДУЋИХ ОДНОСА СРБИЈЕ СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ИНСТИТУЦИЈАМА У ТУРИЗМУ

1. САРАДЊА СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА КАО ПРЕТПОСТАВКА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗАМА СРБИЈЕ

Међународне организације, свака у својој области рада и деловања, играју важну улогу у подстицању, унапређењу и развоју туризма. Области за које су специјализоване, често их неограничавају да проширују своје активности или да проширују опсег своје специјализације, те да снажно утичу на савремени туризам. Шта више, интегративни процеси нису везани само за национални ниво, него су веома изражени и на регионалном и на међународном нивоу, али исто тако не само у једној области и критеријуму, него и шире.

Међународне организације, кроз интегративне процесе имају широк спектар директних и индиректних утицаја на туризам, а неретко и шире на економију једне земље. За туризам, њихова важност се огледа у чињеници да су те и такве организације предлагале и доносиле многе међународне акте, као што су споразуми, декларације, резолуције и друге документе, било на међународним конференцијама, било аутономно, које су некад имале обавезујући, а некад необавезујући, тј. неформални карактер. Ратификовани обавезујући међународни акти, у случају колизије са националним законодавством, имају карактер наднационалности, тј. примењују се одговарајући међународни акти. У почетку су међународни акти били усмерени на осигурање олакшица током путовања (нпр. везано за визе, границе, лични пртљаг и друго), док су данас више усмерени ка заштити туриста као потрошача, заштиту културне баштине, животне средине и слично.

Поред међународних аката/докумената, међународне организације су покренуле и бројне активности, које су снажно утицале на развој туризма, као што су разне стручне обуке, пропагандне активности, прикупљање, обрада и поређење статистичких података већине земаља света (који омогућавају поређења међународних кретања са растом туризма на глобалној скали)⁴⁸⁷, изградња резервационих система и друго. Све то је водило ка бољем квалитету туристичке понуде, остваривању виших прихода од туристичких услуга, повећаном запошљавању, побољшању конкурентске позиције земље, подизању животног стандарда, и др.

Имајући у виду стратешка опредељења Србије, када су у питању туристички производи и туристичке активности, требало би и да се дефинише који је то вид

⁴⁸⁷ Holloway J. Christopher, Humphreys Claire, Davidson Rob, *The Business of Tourism*, 9th edition, Prentice Hall, Pearson Education Limited, England, 2009, p. 174.

стратешке сарадње са међународним организацијама који може допринети реализацији постављених циљева.

Туристичке активности су нпр. у стратешком плану разврстане у две групе, при чему се у првој налазе активности, односно производи код којих се уз одређена улагања може у краћем периоду постићи комерцијализација, а што се односи на туризам специјалних интереса, градске одморе, догађаје, кружне туре, пословни туризам + MICE и речна крстарења, док се у другој групи налазе захтевније активности, а нарочито рурални туризам, здравствени туризам, наутика, планине и језера.

С обзиром на постављене стратешке циљеве, као и очекиване резултате који се желе постићи, Србија треба да се циљано оријентише ка међународним организацијама које могу помоћи у њиховом остваривању. Пре свега то су светске, регионалне и струковне међународне организације, које се баве:

- туризмом – пре свега светске туристичке организације UNWTO и WTTC; регионале (европске) ETC, те струковне, које се баве разним сегментима њиховог деловања (здравствени, бањски, рурални, градски туризам, и др.) – HOTREC, ETAG, EuroGites, FECC, ECOVAST, ECHOR, ESPA, ECF.
- финансијским улагањима – нпр. кредитирањем и привлачењем страних инвестиција (у широком распону: од мањих пројеката уређења обала – којима се бави ЕУ путем својих фондова, преко великих инфраструктурних пројеката - за које је заинтересована EBRD, EIB те развоја слабије развијених подручја – за које су заинтересоване институције Групе СБ).
- питањима саобраћаја – ваздушног (авио) саобраћаја, друмског саобраћаја, речног, железничког, као што су: IATA, FIA, AEA.
- трговином – UNCTAD, WTO, CEFTA, CEI.
- образовањем у туризму – ATLAS, AIEST, UNESCO
- развојем – UNDP, OECD.
- маркетингом /туристичком пропагандом/ - ECM, ETTFA, FIJET.
- спортом и рекреацијом – ECF, EFCO&HPA.
- животном средином –ECEAT, EUROPARC Federation, UNEP.

Стимулативана средина за развој туризма ствара се афирмацијом тржишног система привређивања, маркетиншким приступом пословању, либерализацијом тржишта и испуњавањем критеријума за улазак у поједине међународне организације (нпр. UNWTO, ЕУ и сл).

Искуства земаља у нашем окружењу (пре свега Хрватске, али и Бугарске, Румуније, Мађарске) показују да туризам може представљати значајан извор девизних прихода и може бити од велике помоћи у превазилажењу економских и других кризних ситуација. Претпоставка за то је стварање туристичког производа Србије, креирање позитивног имиџа о туристичкој понуди Србије у целини, стварање повољних економских, политичких и других услова, а када је већ све то постигнуто, онда се може очекивати и већи прилив иностраног капитала у хотеле, угоститељску понуду, али и саобраћајну и другу туристичку инфраструктуру.

Савремени процес глобализације, започет деведесетих година, који је захватио цео свет, одликује преливање политичке моћи у руке мултинационалних компанија, и у таквим околностима је тешко опстати самостално. Туризам као грана се ту јавља баш као плодно тло за инвестиције, с обзиром на његову

природну тежњу ка глобалном пословању, уједначавању привредних система и економских политика различитих држава, што даље води стварању глобалне/светске привреде. Глобализација, као процес укључивања националних привреда у светску привреду, води ка формирању глобалног туристичког тржишта, где се кроз отворену «тржишну утакмицу» бори за конкурентску позицију која одговара презентованом квалитету туристичке услуге. „Већ је јасно видљив тренд у којем „традиционалне“ дестинације у којима туристи проводе своје годишње одморе, као што су Италија, Аустрија и у одређеној мери Шпанија, полагају губе удео на тржишту, док у исто време „нове“ дестинације попут Турске, Хрватске, земаља источне Европе и удаљене дестинације добијају све важније место на тржишту.“⁴⁸⁸

Упоредо са глобализацијом одвија се процес сегментације, заснован на развоју специфичних сегмената туристичке понуде, уважавајући потребе и интересовања туриста тј. „тржишних мета“⁴⁸⁹, као и демографске и социоекономске чиниоце. Савремену туристичку понуду одликује богатство и разноврсност активности, полазећи од класичних (излети и обилазак локалних знаменитости), преко атрактивнијих (куглане, теретане, отворени терени за мале спортове, итд.), до екстремних спортских активности (рафтинг на брзим рекама, планинарење и сл).

Претпоставка за раст туризам је и постојање стимулативне државне политике и перманентно усклађивање са светским трендовима у туристичкој привреди, као што је на пример: смањивање такси и примена разних видова накнада, усклађивање са светским стандардима, примена савремене информационе технологије, унапред планирање будућности и припремање инвестиционо-развојних пројеката намењених потенцијалним инвеститорима, итд.

Стратегија туристичког развоја мора да буде праћена стандардизацијом и применом „информационо-комуникационе технологије“, ⁴⁹⁰ нарочито повезивање са светским резервационим системима, да би се обезбедили, и квантитативно и квалитативно бољи резултати, тј. конкурентна предност у погледу трошкова, квалитета или брзине, која води контроли тржишта и повећању профита. Увођењем европских и светских стандарда, које већ примењују земље ЕУ, штите се интереси туриста и намеће обавеза пружања адекватног квалитета туристичких услуга. То исто важи и за напредак у информационо-комуникационој технологији (сателитске комуникације, интернет и друге мреже), чијом применом се олакшава систем комуникација.

У контексту прилагођавања савременим трендовима у туризму, потребно је применити савремене концепте маркетинга, менаџмента, информационих система, који су у свету до детаља разрађени, проверени и примењени. Данас је велики број агенција и хотела у свету део неког од глобалних система (нпр. информативног-, авио-, хотелског и слично), што се осликава и кроз рад међународних организација и удружења. Циљ оваквих глобалних наступа и унификације у понуђеном

⁴⁸⁸ Bartoluci M, Čavlek N. i suradnici, *Turizam i sport – Razvojni aspekti / Tourism and Sport – Aspects of Development*, Školska knjiga, Zagreb, 2007, str. 13.

⁴⁸⁹ Бакић О, *Маркетинг у туризму*, Београд, 2010, стр. 229.

⁴⁹⁰ Његуш А, *Информациони системи у туристичком пословању*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010, стр. 8.

квалитету је пре свега конкурентност на светском туристичком тржишту, доласци туриста из целог света и континуитет у пословању током целе године (елиминисање утицаја сезоне), квалитет услуге према циљаним сегментним групама и низ других погодности на којима се заснива функционисање глобалних система. Глобално пословање само у изнимним случајевима уважава неке специфичности простора, нпр. уколико због одлика простора није могућа потпуна хармонизација са светским стандардима, допушта се прилагођавање система стандардизације те земље са претежним одликама простора.

Битна ставка глобалне туристичке политике је и ценовна еластичност и еластичност туристичке понуде, у односу на друге конкурентне дестинације (као што су за наше туристе интересантни Египат и Тунис или земље Централне и Источне Европе - Грчка, Бугарска, Турска), као могући елемент за формирање конкурентске предности. А када се стекне конкурентска позиција, тада и међународне организације и финансијске институције изражавају већу спремност и заинтересованост за учешће у развојним активностима.

1.1. Значај чланства Србије у Светској туристичкој организацији

Чланство Србије у UNWTO⁴⁹¹ омогућава активан приступ светском туризму и даје Србији бројне развојне шансе, те отвара приступ за равноправно укључивање у програме развоја туризма, посебно оне из окриља УН.⁴⁹² UNWTO се залаже за одговоран, одржив и универзално доступан туризам, с циљем економског развоја, међународног разумевања, мира, просперитета и универзалног поштовања људских права и фундаменталних слобода, а што је једнако важно Србији и сагласно Уставним опредељењима.

UNWTO је ангажована на многим активностима. Најважнији задатак је трансфер знања ка земљама у развоју и развој људских ресурса (поставља стандарде у туристичком образовању), за шта се ова организација залаже и у Србији. Поред ових, једна од активности за коју се залаже, а која је значајна и за Србију, је помоћ земљама погођеним кризом и поновно грађење њеног позитивног имиџа. UNWTO је, након увида њених стручњака у туристичке потенцијале Србије, препоручила Србији да посебно развија сеоски туризам (као део српске туристичке понуде, који би у себи спојио културу, гастрономију, активни одмор), тј. искористи своју аутентичану културу у туристичке сврхе.

Србија, од једанаест туристичких производа које је UNWTO прогласила производима будућности, може постићи добре резултате у свим, осим у туризму „сунца и мора“ које нема.⁴⁹³ Да би се Србија као туристичка дестинација успешно и

⁴⁹¹ Наша земља је поново примљена у пуноправно чланство UNWTO 2001. године, као 139. чланица.

⁴⁹² UNWTO у свом документу „*Tourism 2020 Vision*” на стр. 24 истиче да ће у периоду од 1995-2020 посебно помоћи снажну реизградњу туристичког сектора код тзв. нових земаља претходне Југославије.

⁴⁹³ Генерални секретар UNWTO, Taleb Rifai током свог предавања на Економском факултету у Београду, 23. фебруара 2012. године, изнео је виђење да Србија треба да развија нарочито три сегмента своје туристичке понуде: 1) градску средину (Београд и Нови Сад), 2) рурални туризам, винске туре и остале видове туризма где се туристи могу упознати са „животом” и „духом” Србије и

на финансијски најрационалнији начин укључила на међународно туристичко тржиште, у туристичкој политици се посебна пажња мора посветити атрактивним производима, као што су: градски одмори, кружна путовања, пословни туризам и MICE (скупови, туризам везан за посебна интересовања, конгреси, изложбе), здравствени туризам, планине и језера, наутика, догађаји, рурални туризам и туризам специјализованих интересовања.

Управо посматрајући мултилатералну сарадњу Србије са UNWTO од 2001. до 2014. године, чини се да је плодотворна сарадња проистакла из прве активности, која је обухватала период од 2001. до 2006. године, под називом „Плана за развој сеоског туризма у Републици Србији“. Након успешно завршених активности на том Плану, покренут је још обимнији и далекосежнији пројекат развоја сеоског туризма Србије, којим су повезане УН агенције присутне у Србији: UNWTO, FAO, UNDP, UNEP, UNICEF, као и институције у Србији надлежне за туризам. UNWTO, FAO, UNDP и UNICEF одобриле су укупно 68 пројеката, а од тога броја 37 пројеката је одобрила UNWTO, и то: 11 за Централну Србију, 12 за Источну Србију, 7 за Доње Подунавље и 7 за Јужни Банат.⁴⁹⁴ „Пројекти UNWTO се базирају на политици одрживог развоја, обезбеђујући да економске користи од развоја туризма не изазивају штету окружењу или локалном развоју.“⁴⁹⁵ Србији још предстоје бројне мере прилагођавања туристичке привреде захтевима светског тржишта. Дугорочни циљ је, поред раста девизног прилива од туризма, максимална валоризација расположивих туристичких потенцијала и повећање учешћа наше земље на европском и светском туристичком тржишту.

Значај чланства Србије у UNWTO, огледа се у бројним могућностима које се пред чланицу ове организације отварају, а то је да промовише туризам Србије на међународној туристичкој сцени које чини готово цели свет, да развија туризам у склопу укупног економског развоја, као и да прати светска туристичка кретања и трендове, који позитивно утичу на економска кретања у свету.⁴⁹⁶

UNWTO се бави и питањима побољшања сигурности и безбедности туриста, тако што подише стандарде безбедности авио путовања, безбедности у хотелима, конгресним центрима, на улици, итд. Разни кризни догађаји, нпр. напад који се догодио током маратона у Бостону, немири, пандемије и слично, могу да поремете кретања туриста ка одређеним дестинацијама. Због тога UNWTO уводи стални мониторинг, како би се посматрао развој стања на пољу сигурности и безбедности у туризму. Овакве активности значајне су за сваку земљу и имају за циљ да допринесу повећању сигурности и поверења туриста према одређеним дестинацијама. Овај приступ је такође изузетно важан и треба га имати у виду, када се настоје привући страни туристи у Србију.

3) историјску Србију, првенствено римску заоставштину, попут Трајанове табле, Гамзиграда – „Felix Romuliana“ и манастира.

⁴⁹⁴ Одрживи туризам у функцији руралног развоја - MDG Achievement Fund: <http://ruralniturizamserbija.com/odobreni-projekti.html>, на дан: 1.10.2013.

⁴⁹⁵ Goeldner C, Richie B, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Willey & Sons, Eleventh Edition, New Jersey, 2009, p. 93

⁴⁹⁶ „У последњих три до пет година Србија се трансформисала ... Укупан имиџ Србије је постао позитиван и успела је да пронађе своје место које није засновано на плажама, мору и сунцу, већ на снажној аутентичној култури“ према речима Генералног секретара UNWTO - Taleb Rifai: Телеграф, *Србија поправила имиџ за туристе*, 22.02.2012.

1.2. Укључивање у специфичне активности Европске уније за унапређење конкурентности туристичког сектора

Када се говори о укључивању у специфичне активности ЕУ, односно о унапређењу конкурентности туристичког сектора, на бази сарадње са ЕУ, постављају се одређена правила и процедуре, као и код свих институционалних трансакција које повлаче одређена финансијска средства. Захтеви које поставља ЕУ су: прилагођавање законодавства, хармонизација стандарда, примена информационе технологије и слично. ЕУ је дефинисала одређене стандарде квалитета, обезбедила адекватну правну заштиту туриста, увела јединствену валуту (на подручју земаља европске монетарне уније) и усвојила бројна друга правила, која очекује да примењују све земље, уколико желе да буду њене чланице. У туризму је, уклапајући се у савремене тенденције, прихваћен концепт "туризам без граница", па се на захтеве и интервенције туриста реагује брзо и ефикасно, а за то је неопходно поштовање стриктних правила и процедура (у случају кршења уговорених услуга, обештећења и слично). Нпр. туристичке организације, преко својих државних институција, усмеравају туристички развој земље према стратешким одређењима како земље, тако и региона.

Приближавање ЕУ и сарадња са њом условљена је и политичким и економским реформама, поштовањем људских права, изградњом европског законодавства и другим елементима на којима се инсистира. У том процесу и туризам поново добија свој некадашњи значај у развојној политици региона, што значи да је потребно предузети одговарајуће мере да се стандарди и прописи, који регулишу ову област, прилагоде важећим у ЕУ. Један од модела каже, да би европски туристи требало да имају исти третман и ниво услуга у Србији, као што их имају у некој од земаља чланица ЕУ. На тај начин би инострани туроператори, агенције и индивидуални туристи постали сигурнији и заинтересованији за нашу земљу. Све то наравно претпоставља поједностављење и убрзање граничних процедура, добре услове превоза и боравка туриста, безбедносне и еколошке стандарде, правну и другу заштиту, слободан трансфер новца, могућности свих видова комуникација и слично. За остваривање ових и сличних циљева могуће је користити програме ЕУ (који се разликују пре и након приступања земље ЕУ), а нашој земљи су на располагању од средине 2005. године, тј. од ратификовања „Оквирног споразума између ЕЗ и СЦГ о општим принципима учешћа СЦГ у програмима Заједнице“.⁴⁹⁷

А) Пре пуноправног чланства у ЕУ, на располагању су програми:

- PHARE, CARDS, SAPARD, ISPA и други;
- Претприступни програм IPA и његових пет компоненти су:⁴⁹⁸
 1. јачање капацитета и изградња институција,
 2. прекогранична сарадња,

⁴⁹⁷ Службени лист СЦГ «Међународни уговори» бр. 6/2005. Овај документ је на снази, с обзиром да је Србија као земља сукцесор претходне државне творевине СЦГ преузела важење претходно потписаних докумената.

⁴⁹⁸ Пејовић А, и др., *IPA - Инструмент за претприступну помоћ ЕУ 2007-2013*, Европски покрет у Србији, 2011, стр. 14.

3. регионални развој – посебно циљ IPA– регионална конкурентност (која се мери пословном инфраструктуром),

4. развој људских ресурса,

5. рурални развој – посебно јачање руралне економије - (диверсификација и развој руралних привредних активности).

Б) Након пуноправног чланства у ЕУ, на располагању ће нам бити:

1. Инструменти кохезионе политике⁴⁹⁹: ERDF (у домену: инфраструктуре, иновација, инвестиција, итд.), ESF (стручни тренинг, помоћ при запошљавању итд.), Кохезиони фонд (саобраћајна инфраструктура, животна средина, обновљива енергија, транспорт, итд.).

2. Инструменти заједничке пољопривредне политике: Европски пољопривредни фонд за рурални развој.

Укључивање у програме ЕУ и коришћење њених претприступних и структурних фондова, зависно од сврхе пројеката за које се конкурише, претпоставља доношење и усклађивање пакета закона и одговарајућих политика.

По угледу на законодавство и праксу ЕУ, нпр. у области заштите животне средине од 2004. године донет је пакет закона којима се уводе нови инструменти заштите животне средине, као нпр. стратешка и претходна процена утицаја пројекта на животну средину и интегрисана дозвола за постројења и активности које загађују или су ризичне по животну средину. Усаглашавање је извршено и у области одрживог и уравнотеженог развоја територије наше земље са ЕУ, кроз стратешки интегрални документ „Просторни план Србије за 2010. годину“, којим су основне поставке, циљеви и концепти усаглашени са стратешким принципима и опцијама дефинисаним у документу ЕУ „Перспективе развоја европског простора“.

Примена информатике у туризму има примарно место, а циљ је да се модернизују унутрашње комуникације и информисање са ЕУ за потребе развоја туризма. Примена савременог система прикупљања туристичке статистике треба да допринесе хармонизацији статистичког праћења података, бољој повезаности и бржој информисаности, како би партнери и институције из ЕУ имали стални приступ информацијама о туризму (између осталих земаља) наше земље.⁵⁰⁰

Пуноправно чланство у ЕУ би вишеструко утицало на туризам Србије, а пре свега морале би да престану да функционишу тзв. тврде границе између Србије и ЕУ, што би значајно повећало покретљивост људи. Већина туриста из ЕУ једноставно седну у ауто и путују без размишљања о пасошу или царинској контроли, а што би засигурно повећало посете већим градовима Србије и одређеним интересантним правцима за туристи, као што су Дунавске руте, путеви вина, манастирске туре и слично.

⁴⁹⁹ Намера кохезионе политике је смањење разлика у нивоу развоја различитих региона ЕУ, и то обезбеђујући: стимулансе за јачање економског развоја (тј. конкурентности и запослености), економску и социјалну интеграцију (сарадњу у Европи) и смањење разлика између региона. Може се рећи да је кохезиона политика, политика редистрибуције праведности, подржана пројектима који морају демонстрирати ефикасност. У таквим околностима чак 15 до 40% фондова се враћа добављачима роба и услуга из ЕУ, али се повећава индиректан утицај на раст тражње за робама, услугама и инвестицијама.

⁵⁰⁰ Official Journal of the EU, L 192, 22.7.2011, *Regulation (EU) No 692/2011 of the European Parliament and of the Council of 6 July 2011 concerning European statistics on tourism and repealing Council Directive 95/57/EC*, p. 17-32.

1.3. Јачање туризма Србије кроз регионалне интеграционе иницијативе

Регионалне интеграције су општи тренд развоја међудржавних односа који прати процес глобализације. Традиција туристичке сарадње земаља у региону се није прекидала и била је релативно динамична. Мере развоја туризма биле су честа тема балканских конференција од педесетих година 20. века,⁵⁰¹ као што су и данас актуелна тема разних регионалних иницијатива на Балкану.

Ако посматрамо наш регион - Балкана, односно југоисточне Европе (ЈЕ), уочавамо да је последњих десетак година регион надокнадио заостајање за светским трендом стварања нових иницијатива и облика мултилатералне регионалне сарадње. Регионалне интеграционе иницијативе, нарочито значајне за Србију, су: Јадранско-јонска иницијатива (ЈЈ), Централноевропска иницијатива (СЕ), Зона слободне трговине у Централној Европи (СЕФТА), Организација за црноморску економску сарадњу (BSEC), Процес сарадње у ЈЕ (SEECР), Процес из Роајамона о добросуседству и стабилности у ЈЕ (RP), Иницијатива за сарадњу у Југоисточној Европи (SECI) и Пакт о стабилности Југоисточне Европе (PoS ЈЕ). Поред ових, присутни су и други облици (званичне или незваничне) сарадње као што су: Дунавска комисија, Алпе-Адриа, Радне заједнице Дунав и друго.

Међутим, поред поменуте тенденције стварања нових облика сарадње, неке од балканских организација су се нашле на прекретници. Тако на пример Балканска федерација асоцијација туристичких агенција - ВАФТАА (енгл. *Balkan Federation of Travel Agencies Association*) није опстала, док је Балканска алијанса хотелијера – ВАНА (енгл. *Balkan Alliance of Hotel Association*) своје последње регистроване активности забележила у јуну 2012. године.⁵⁰² И поред тога, идеја о балканском удружењу туристичких агенција није напуштена, интерес за то и даље постоји, па се очекује поновно формирање сличне форме за предузимање заједничких активности у области туризма на Балкану.

ЈЈ⁵⁰³, СЕ и BSEC израдиле су посебне пројекте и програме у области туризма, али и одредиле специфична тела за финансијску подршку.

ЈЈ је 2005. године усвојила Декларацију о сарадњи у области туризма. Пројекте одобрава на годишњем нивоу и при томе највећи број пројеката се односи на унапређење туризма у земљама чланицама Иницијативе. У 2012. години, у оквиру ЈЈ одобрено је 9 пројеката регионалне сарадње (Србија је укључена у 5 пројеката), у укупној вредности од 500.000 евра.

СЕ има посебну радну групу, тзв. фокалну тачку, за туризам. Активности конкретно фокалне тачке за туризам су усмерене на техничке и мање пројекте, за које се израђују пројекти и студије о финансирању развоја туризма. Како би се подстакло учешће држава у процесу европских интеграција, укључене су и још неке области, као нпр. заштита животне средине, саобраћај, обука и едукација.

⁵⁰¹ Вишестрани споразум о сарадњи у области туризма између Југославије, Бугарске, Румуније, Грчке и Турске закључен је 1971. године. Потом је 1988. године одржана 21. конференција званичних представника туристичких органа балканских земаља итд.

⁵⁰² ВАНА: <http://www.balkanalliance.org/index.php>, на дан: 16. август 2013.

⁵⁰³ Детаљније о пројектима ЈЈ видети: <http://www.aii-ps.org>, на дан: 1.10.2013.

Посебно битни пројекти, које је покренула ЕУ, унутар ове иницијативе су заштита реке Дунав и процена инфраструктуре око паневропског коридора.

BSEC је имао значајне пројекте у области саобраћаја, те су договорени приоритетни саобраћајни коридори (мапе железница, путева и лука), како би се повезао Јадран, Дунав и Црно море. Ова идеја је заинтересовала и ЕУ, која је била подстакнута стратегијом повезивања и обезбеђења безбедног и сигурног саобраћаја целим током Дунава, у оквиру Процеса сарадње на Дунаву, а што је било јако битно и неопходне, у смислу финансијске подршке за реализацију пројеката. Битан сегмент сарадње две институције односи се и на пројекте заштите животне средине, с обзиром да је очување екосфере Црног мора у директној вези са пројектом оживљавања Дунавског региона.

Чланице BSEC су формирале Црноморску банку за обнову и развој, CEI је формирала Секретаријат CEI при EBRD, који је задужен да се поједини пројекти преведу у форму банкарски одобривих пројеката.

Ројајамон процес и Пакт о стабилности су подржани програмима ЕУ (PHARE, OBNOVA, CARDS), а SECI и PoSIE добијају подршку СБ и других међународних финансијских институција (EBRD, EIF).

Ефикасност конкретних пројеката често је у директној вези са обезбеђивањем финансијских средстава, односно банкарских кредита за њихову реализацију. Ако се посматра CEI, која у току године реализује више десетина пројеката, уочава се да је то могуће захваљујући подршци коју ова организација има код EBRD (нпр. у пројекте развоја инфраструктуре уложено је преко милијарду долара), захваљујући подршци фондова ЕУ и националних фондова појединих земаља чланица ЕУ (Аустрије, Италије и сл.).

Туризам је значајна и перспективна област сарадње за регион ЈЕ - поред трговине, транспорта, инфраструктуре, животне средине, културе, спорта и разних других услуга које су такође битне за туризам. Све земље ЈЕ настоје да буду део што већег броја регионалних иницијатива, као у заштитном и промотивном механизму. Међутим, уочава се да успех иницијатива највећим делом зависи од расположивих финансијских средстава.⁵⁰⁴

Програми прекограничне сарадње су инструмент за подршку сарадњи институција у пограничним областима суседних држава. Средства ЕУ за овај програм су бесповратна, али је обавезно кофинансирање пројеката у износу од 15% од вредности пројекта. Србија учествује у следећим програмима:⁵⁰⁵

- Програм прекограничне сарадње са Мађарском,
- Програм прекограничне сарадње са Румунијом,
- Програм прекограничне сарадње са Бугарском,
- Програм прекограничне сарадње са Хрватском,
- Програм прекограничне сарадње са БиХ,
- Програм прекограничне сарадње са Црном Гором,
- Програм Југоисточна Европа,

⁵⁰⁴ Ширу анализу главних форми мултилатералне сарадње земаља Балкана - Југоисточне Европе (ЈЕ) видети у студији: Лопандић Д, Кроња Ј, *Регионалне иницијативе и мултилатерална сарадња на Балкану*, Европски покрет у Србији, Београд, 2010.

⁵⁰⁵ Кнежевић И. и други, *IPA – Инструмент за претприступну помоћ ЕУ: 2007-.2013*, Фонд за отворено друштво, Европски покрет у Србији 2007-2013, Београд, 2009, стр. 21-40.

- Јадрански програм.

У последњих неколико година повећан је број пројеката и облика сарадње на локалном и регионалном нивоу. Анализирајући деловање разних регионалних иницијатива у туризму долазимо до закључка да је оно несумњиво позитивно, те да засигурно доприноси:

- јачању регионалне конкурентности;
- подстицању сарадње - кроз нове иницијативе, иновативне туристичке производе одговоран и одржив развој туризма;
- олакшавању процеса припремања специфичних транснационалних пројеката у туристичком сектору (нпр. заједничких туристичких рута, услуга транспорта, итд.), водећи рачуна о култури, креативности и новим туристичким нишама;
- сарадњи администрација, привредних и других субјеката у туризму;
- осмишљавању нових пословних модела за развој туризма;
- развијању нових стратегија и облика сарадње;
- прогресивној либерализацији и смањењу разних врста препрека у туризму;
- олакшавању комуникација;
- проналажењу начина за ангажовање међународних финансијских средстава;
- информисаности јавног мњење и стварању свести о заједничким циљевима свих земаља региона, итд.

Регионалне иницијативе имају за циљ и јачање заједничких промотивних активности на европском и светском тржишту, чиме се укупни трошкови промотивних активности смањују, а ефекти повећавају (заједничким оглашавањем, учешћима на сајмовима, обједињавањем пакет аранжмана и слично).

Регионала сарадња у туризму значајно напредује и може се констатовати да је регион, уз ангажовање ЕУ и других међународних партнера, повезан интрарегионално и уклопљен у шире европске процесе. Присуство наше земље у регионалним интеграционим иницијативама може се посматрати и у контексту стварања јединствене туристичке инфраструктуре (нпр. на Дунаву), али и шире у креирању нове европске архитектуре.

2. БУДУЋИ ТРЕНДОВИ И ПРОМЕНЕ У ТУРИЗМУ

Идентификовање будућих трендова и промена у туризму је комплексан задатак, јер подразумева разматрање мноштва фактора који обликују развој туризма. Један од начина за дефинисање будућих трендова и промена у туризму је предвиђање природе и облика будућег туризма. Ово неминовно води проучавању прошлих туристичких трендова да би се одредио статистички модел будуће тражње. Предвиђање подразумева примену квантитативних истраживачких метода, посебно математичких модела. Међутим, предвиђања у туризму су далеко од егзактне науке, због ефеката многих фактора (нпр. свакодневних промена валутног курса, различитих цена горива, утицаја инфлације и других). Поред тога, предвиђања помажу планерима, да мере потенцијалне промене које се могу јавити у туризму и да се прилагоде њиховим последицама. У комерцијалном контексту, важно је да се одговори будућим потребама (нпр. снабдевања према вероватној тражњи или инвестирање у проширење капацитета, како би се изашло у сусрет очекиваној растућој тражњи), а све са циљем максимизирања прихода и профита, кроз оптималну употребу ресурса и ефикасно коришћење расположивих средстава.

Према аутору S. Page, десет кључних питања која утичу на туризам су:⁵⁰⁶

- 1) реперкусије глобалног економског успоравања на туризам,
- 2) наставак бриге о безбедности и сигурности у туризму,
- 3) развој и управљање одрживим туризмом,
- 4) климатске промене у туризму,
- 5) повећано коришћење електронских и других технологија у туризму,
- 6) утицај трошкова горива на туризам,
- 7) утицај мега догађаја (укључујући фестивале) на туризам,
- 8) стратешка туристичка политика и планирање на нивоу заједнице и нације,
- 9) увођење нових туристичких производа: спортски туризам, авантуризам, културни/градски туризам, екотуризам, крстарења, превентивни здравствени туризам, луксузна шопинг путовања, луксузни програми специјалних интереса, тематски паркови, састанци и конференције, кратке посете градовима, итд.
- 10) утицај природних и других катастрофа на туризам.

Проучавање будућих праваца развоја туризма помаже и емитивним и рецептивним туристичким земљама да критички анализирају властити положај на туристичком тржишту, да спознају које се промене на тржишту догађају, како би се могле што брже прилагодити тим променама, да би боље планирале будуће акције и да би се лакше избориле с конкуренцијом.

Последњих шест деценија присутан је константан раст туризма, упркос бројним шоковима, катастрофама, променама које су се дешавале и нарушавале устаљене токове, као што су нпр. биле природне катастрофе, ратови у неким деловима света, економске кризе и друго. Ипак, показало се да колико год је туризам рањив у таквим околностима, толико је и способан да се врло брзо

⁵⁰⁶ Stephen J. Page, *Tourism Management, An Introduction*, Butterworth-Heinemann, Spain, Fourth Edition, 2011. стр. 346.

опорави, те ће и наредних двадесет година континуирано расти и бити подстицати економски раст, социјални напредак и одрживост животне средине.

Пројекције које је UNWTO израдила до 2030. године треба да послуже као оријентир за разумевање промена и трендова у свету, као и у формулисању одговарајуће политике и стратегије да би сектор туризма био још више конкурентан и одржив. Глобално посматрано, раст међународних туристичких долазака, ће бити настављен, али умеренијим темпом. Наиме, процена раста у периоду 1980-2020 је била 4,2%, док је за период 2010-2030 процењена стопа раста 3,3%. Међутим, треба имати у виду да је основни обим раста већ велик и да и мањи проценат раста, изражен бројчано је огромно повећање.⁵⁰⁷

Наредне две деценије, према предвиђањима UNWTO, очекује се одржив раст туристичког сектора. Међународни туристички доласци ће просечно годишње расти за 43 милиона, у периоду од 2010. до 2030. године.⁵⁰⁸ По први пут је у 2012. години достигнуто милијарду међународних туристичких долазака (прецизније 1,35 милијарди), док је нпр. 1980. године било 277 милиона. Предвиђања за 2030. годину, према досадашњој динамици кретања, указују да се може очекивати 1,8 милијарди међународних туристичких долазака, односно да у посматране две деценије, 5 милиона људи пређе међународне границе због одмора, посла или из других разлога (као што су нпр. посете пријатељима и рођацима).⁵⁰⁹

До промена ће доћи и у територијалном смислу, јер ће се кретања туриста раширити по целом свету, а највише у правцу нових дестинација. Доласци ће бити усмерени ка Азији, Латинској Америци, Централној и источној Европи, Африци и Блиском Истоку. Од 1,6 милијарди међународних долазака до 2020. године, 1,2 милијарде ће бити унутар региона, а 378 милиона у удаљене дестинације, тј. далека путовања.⁵¹⁰ Путовања ка далеким дестинацијама широм света ће расти брже, по годишњој стопи од 5,4% током период од 1995. до 2020. године, док ће међурегионална путовања расти по нешто нижој стопи од 3,8%. Због тога ће се односи између међурегионалних и далеких путовања померити са омера 82:18 у 1995. години, на 76:24 у 2020. години.⁵¹¹ По регионима, највећи прилив туриста ће имати Европа (717 милиона), Источна Азија и Пацифик (397 милиона) и Америка (282 милиона), а затим Африка, Блиски Исток и Јужна Азија. Источна Азија и Пацифик, Азија, Блиски Исток и Африка, имаће рекордне стопе раста од преко 5% годишње, у односу на светски просек од 4,1%, а ниже просечне стопе раста очекују

⁵⁰⁷ Презентација са 19. Генералне скупштине UNWTO: *Tourism Towards 2030 / GlobalOverview*, UNWTO General Assembly 19th Session, Gyeongju, Republic of Korea, 10 October, 2011.

⁵⁰⁸ UNWTO, *Tourism Towards 2030 / GlobalOverview*, Madrid, Spain, October, 2011, p. 1-5.

Напомена: Сви подаци и процене изнети до 2030. године, у овом делу рада, су утемељени на званичним предвиђањима UNWTO објављеним у документу: UNWTO, *Tourism Towards 2030 / GlobalOverview*, Madrid, Spain, October, 2011.

⁵⁰⁹ World Tourism Organization, *UNWTO Tourism Highlights*, 2013 Edition, UNWTO, Madrid, Spain, 2013, p.2.

⁵¹⁰ UNWTO, *Tourism 2020 Vision: Global Forecast and Profiles of Market Segments*, Madrid, January 1, 2001.

⁵¹¹ Tourism-Insider, Onlinemagazine, calendar week 40/13, "Tourism 2020 Vision der Welt tourismus organisation", von Reaktion, 4 Jul 2008.

<http://tourism-insider.com/en/2008/07/tourism-2020-vision-der-welt-tourismus-organisation-unwto/>

се код Европе (иако ће Европа имати највећи удео у светским доласцима) и Америке.⁵¹²

Европа ће бити највећи губитник, јер ће изгубити 13% тржишног учешћа у периоду од 2005. до 2030.⁵¹³

Туризам се развио у глобални феномен. Туризам данас директно доприноси са 5% светском ВДП, у туризму се креира једно на сваких 12 радних места, глобално је главни извозни сектор за многе земље, како земље у развоју, тако и развијене земље.⁵¹⁴

За очекивати је, према проценама UNWTO, да ће туризам у будућности преузети централно место у економским и политичким плановима, с обзиром да у тако великој мери доприноси економском расту и развоју у свету. Исто тако, требало би имати у виду да ће поменути промене донети и нове изазове, те је потребно преузети већу одговорност, у циљу ублажавања потенцијално негативних утицаја на локалну заједницу и окружење.

Према подацима UNWTO,⁵¹⁵ туристичка привреда учествује са око 5% у глобалној емисији штетних гасова, а раст туристичког сектора могао би да повећа емисију за чак 150% до 2035. године. То је један од разлога зашто је нобеловац Rajendra Pachauri апеловао на авио, хотелске и туристичке компаније да изграде нове вредности у услугама, јер „Туристичка привреда, за своје добро, мора да се прилагоди... Глобално загревање има потенцијал да остави без посла скијалишта због отапања снега, те да подигне ниво мора и потопа острва. Мислим да ће се жалити на вас и позивам вас да преузмете кораке, тако да вас не посматрају као део проблема, него као део решења.“⁵¹⁶

Укупни трошкови транспорта (сви видови транспорта: ваздушни, друмски, железнички, речни и водени) ће расти по просечној годишњој стопи од 1,4%, од 2010. до 2030. године. Иако се очекује да ће се наставити пад трошкова путовања авионом, а који је присутан у последњих пола века, цене ће престати да се снижавају, те ће просечна годишња стопа њиховог раста у поменутом периоду износити 1,1%. Са друге стране, трошкови горива имају тенденцију раста, што ће и бити главни узрок поменутог раста цена. Обим ваздушног саобраћаја ће наставити да расте по стопи од 3,4% годишње, док ће остали видови саобраћаја (друмски, железнички, речни и водени) такође расти, само по нижој стопи од 3,2%.⁵¹⁷

Концепт заштите окружења развија се у правцу изградње свести о утицају туризма на мењање окружења, стога се форсира приступ »Go Green« или сачувајмо планету, те позива се на примену Општег етичког кодекса у туризму (на сегмент о заштити окружења). У практичну примену оваквих концепата све више се

⁵¹² Извод презентације за Европу: UNWTO, *Europe: Tourism Towards 2030 / GlobalOverview*, Madrid, Spain, October, 2011

⁵¹³ Yeoman I, *Tomorrow's Tourist: Scenarios & Trends*, Oxford, UK, 2008, p. 6.

⁵¹⁴ UNWTO, *Tourism Towards 2030 / GlobalOverview*, Madrid, Spain, October, 2011, p. 1-5.

⁵¹⁵ UNEP, UNWTO, WMO, *Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges*, Madrid UNWTO, 2008.- Детаљније: Scott D., Hall C. M., Gossling S, *Tourism and Climate Change: Impact, adaptation and mitigation*, Routledge, 2012, p. 72-118.

⁵¹⁶ Конференција о туризму и климатским променама, Бангкок (AFP), 29 април 2008. – Пренео: The Economist Times “*Global warming expert raises concerns for tourism industry*”, Apr 29, 2008.

⁵¹⁷ UNWTO, *Tourism Towards 2030 / GlobalOverview*, Madrid, Spain, October, 2011, p. 9.

укључују хотелски ланци, авиопревозници и туроператори, који позивају привреду, да дугорочно заштите живот.

Графикон бр. 1: Символи екотуристичких акредитационих програма



WTTC, исто као и UNWTO, у својим дугорочним прогнозама до 2030. године, саветује све учеснике у туризму да са краткорочних планова о управљању туристичким дестинацијама пређу на дугорочне, јер се очекује наставак раста туризма, а да дестинације треба да управљају и последицама тог раста. Овај концепт заснован је на очекиваном расту долазака и издатака посетилаца, утицају додатне вредности од туризма на BDP земље, на контроли раста и развоја, а што је коначно и у интересу држава да контролишу.⁵¹⁸

Примера ради, контрола квалитета средине за потребе туризма би требала нпр. да води рачуна о густини развоја, стиловима градње и сл; док би контрола квантитета туризма подразумевала стратегију управљања посетиоцима на целој територији дестинације, зонирање туристичког земљишта ради контроле ширења туризма и увођење лимита на величину туризма, као и много шири опсег стратегија који могу да допринесу дисперзији или концентрацији туриста у специфичном месту или на локацији.

UNWTO препоручује, да се туризму да приоритетно место у националним политичким одлукама, да се подстичу такмичарски и одговорни модели и праксе пословања и да се подстиче сарадња између јавног и приватног сектора.⁵¹⁹

Које је место Србије на туристичком тржишту, у односу на будуће глобалне трендове и промене у туризму, ако се имају у виду сва претходна предвиђања?

Наиме, ако имамо у виду да су главни трендови на туристичком тржишту:

- тренд раста туристичке тражње,
- тренд дисперзије туристичког промета на већи број рецептивних туристичких земаља,
- тренд јачања конкуренције на туристичком тржишту,

⁵¹⁸ WTTC, *Tourism for Tomorrow: The WTTC Perspective*, World Travel & Tourism Council 2013, p.2; UNWTO, *Tourism Towards 2030 / GlobalOverview*, Madrid, Spain, October, 2011, p. 7.

⁵¹⁹ UNWTO, *Tourism Towards 2030 / GlobalOverview*, Madrid, Spain, October, 2011, p. 5

- тренд нагле експанзије туристичког промета у земљама које (раније) нису бележиле значајнији туристички промет, онда „као потенцијално нова туристичка земља која тек тражи своје место на туристичком тржишту“⁵²⁰, а уважавајући, при томе, глобалне трендове и процесе на тржишту, Србија има добре могућности да искористи своју садашњу "low profile" позицију.

Основа туристичке политике Србије треба да буде праћење трендова у свету и усклађивање са њима.⁵²¹ То значи да је неопходно прилагођавање туристичке понуде захтевима светског туристичког тржишта, развијање квалитетног туристичког менаџмента, анализа добрих и лоших страна туристичке понуде, развој нових туристичких пројеката и планирање финансијских ефеката. Сва наведена прилагођавања имају утицај на мултипликатор и чине јак темељ да се остваре значајни утицаји на националну економију.

⁵²⁰ „Службени гласник РС“ бр. 91/2006, *Стратегија развоја туризма Републике Србије* (3. Могућности развоја туризма у Републици Србији у односу на кретања у светском туризму).

⁵²¹ „Србија има велики потенцијал за привлачење неколико сегмената, као што су туристи који су заинтересовани за рурални туризам, туризам у природи, велнес и културна искуства. Шта-више, локација земље, у близини многих кључних тржишта, чини је све привлачнијом. Србија би требало да настави да унапређује стратегије и да изузетно вредне туристичке капацитете стави у функцију додатне вредности земље (гастрономију, културу и природу), а у исто време да успоставља чврсту везу развоја туризма са глобалним развојем земље, стварајући одговарајуће услове да туризам доприноси глобалним циљевима очувања природе и културе, стварању нових радних места и руралном развоју.“ - Carvaо Sandra, UNWTO, учесник Анкете: *Улога међународних организација и институција у развоју туризма Србије*, одговори на питање: 6. Да ли туристичка понуда одговара туристичкој тражњи? и 13. Који су будући стратешки правци деловања Србије у туризму?

III АНКЕТА ЕКСПЕРАТА О УЛОЗИ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА У РАЗВОЈУ ТУРИЗМА СРБИЈЕ

1. ИСТРАЖИВАЊЕ – АНКЕТА О УЛОЗИ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИЈА НА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

1.1. Циљеви испитивања

Истраживање улоге међународних организација и институција у развоју туризма урађено је на бази података добијених од експерата путем анкете. Јединствена анкета коришћена је и за домаће и за стране експерте у туризму. Циљ је био добити мишљења пре свега главних и одговорних људи за функционисање најважнијих међународних организација у туризму, а које су предмет анализе овог рада, што је и учињено. Добијени су одговори од председника, потпредседника, менаџера, директора, шефова међународних организација и институција у туризму (UNWTO, IN&RA, ECOVAST, ECEAT, WTTC, WFTGA, HOTREC), као и међународне организације општег карактера (OECD), захваљујући њиховој личној предусретљивости и жељи да помогну ово научно истраживање. Веома важна мишљења и запажања прикупљена су од професора са домаћих и страних универзитета, стручњака из института, синдиката, чланова управних одбора, туристичких организација, те истраживача и консултаната. Питања су обликована на начин да се и на овај начин преиспитају постављене хипотезе у раду, као и целокупна материја која се обрађује у раду, а како би се олакшало и извођење закључака и практично подкрепио научни допринос који се од рада очекује.

Истраживање је извршено у периоду од 5. новембра до 31. децембра 2012. године. Претпоставка је да резултати анкете, с обзиром да су анкетирани особе при самом управљачком врху организација, у највећем броју случајева одражавају како лични, тако и званичан став и мишљење организације. У обзир је узет и један одговор који је накнадно пристигао 21. фебруара 2013. године из Министарства финансија и привреде Републике Србије.

Нагласак приликом прикупљања података био је на добијању што оригиналнијих, квалитетнијих, различитијих, подробнијих, прецизнијих и реалнијих података о месту, улози и значају међународних организација и институција у развоју туризма, пре свега уопштено у свету, а потом и врло конкретно у односу на Србију. Посебно нас је интересовала спрега у односима појединих земаља према међународним организацијама и обрнуто. Посматрано према типу истраживања, у раду смо применили квалитативно (дубинско) истраживање, усмерено на прикупљање квалитативних (описних) одговора, из којих је могуће доста сазнати и закључити. Истраживање је засновано на једном јединственом упитнику, урађеном двојезично, на српском и енглеском језику (налази се у Прилогу), који су према личним афинитетима и без било каквог утицаја и притисака (на обим, квалитет, квантитет или неко друго обележје), попунили учесници анкете. Упитник се састојао од четрнаест уско стручних

питања (како би квантификовали и квалитативне информације-као што су ставови, перцепције, итд),⁵²² тако да су учесници анкете морали поседовати стручна знања о међународним организацијама и институцијама које утичу на развој туризма.

1.2. Узорак испитивања (експерти и познаваоци домаћих и међународних туристичких организација и институција)

Истраживање је урађено на бази анкете, која је дистрибуирана путем интернета или директно уручена испитаницима. Дистрибуирано је укупно 100 примерака. Примљено је 56 одговора, од тога 46 учесника је одговорило на питања из упитника, док је осталих 10 учесника доставило њихове објављене радове у којима су обрађиване теме из упитника, затим прегледе туристичких трендова, политика и приказе појединих међународних организација и институција у туризму, туристичку статистику за Србију, коју је израдила међународна организација у којој су запослени учесници анкете. Један број предвиђених учесника анкете није био у могућности да одговори на анкету, због учешћа на разним туристичким дешавањима (конгресима, сајмовима, и сл.), а било је и страних учесника анкете који су се изјаснили да немају довољно информација да валидно одговоре на постављена питања о Србији.

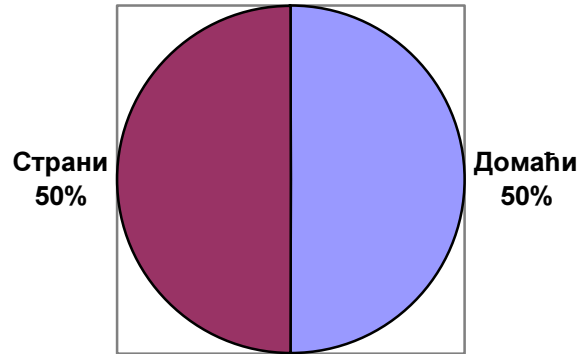
Табела бр. 1: Приказ учесника анкете по земљама

Ред. бр.	ЗЕМЉА	ГРАД	БРОЈ ОДГОВОРА
1.	Аустрија	Беч	1
2.	Белгија	Брисел	2
3.	Црна Гора	Бар, Колашин, Подгорица	3
4.	Филипини	Манила	1
5.	Финска	Васа	1
6.	Француска	Париз	1
7.	Грчка	Атина	1
8.	Холандија	Хаг	1
9.	Ирска	Лидс	1
10.	Исланд	Akureyri	1
11.	Македонија	Охрид	1
12.	Пољска	Буковка	1
13.	Република Српска	Бања Лука, Источно Сарајево	2
14.	Словенија	Бохинско језеро, Корошец, Марибор, Нова Горица, Требње, Тополишца	6
15.	Србија	Београд, Бор, Нови Сад, Ниш, Сремска Каменица, Ужице, Зајечар	28
16.	Швајцарска	Лозана	1
17.	Шпанија	Мадрид	1
18.	Украјина	Кијев	1
19.	Велика Британија	Лондон, Тентерден	2
УКУПНО			56

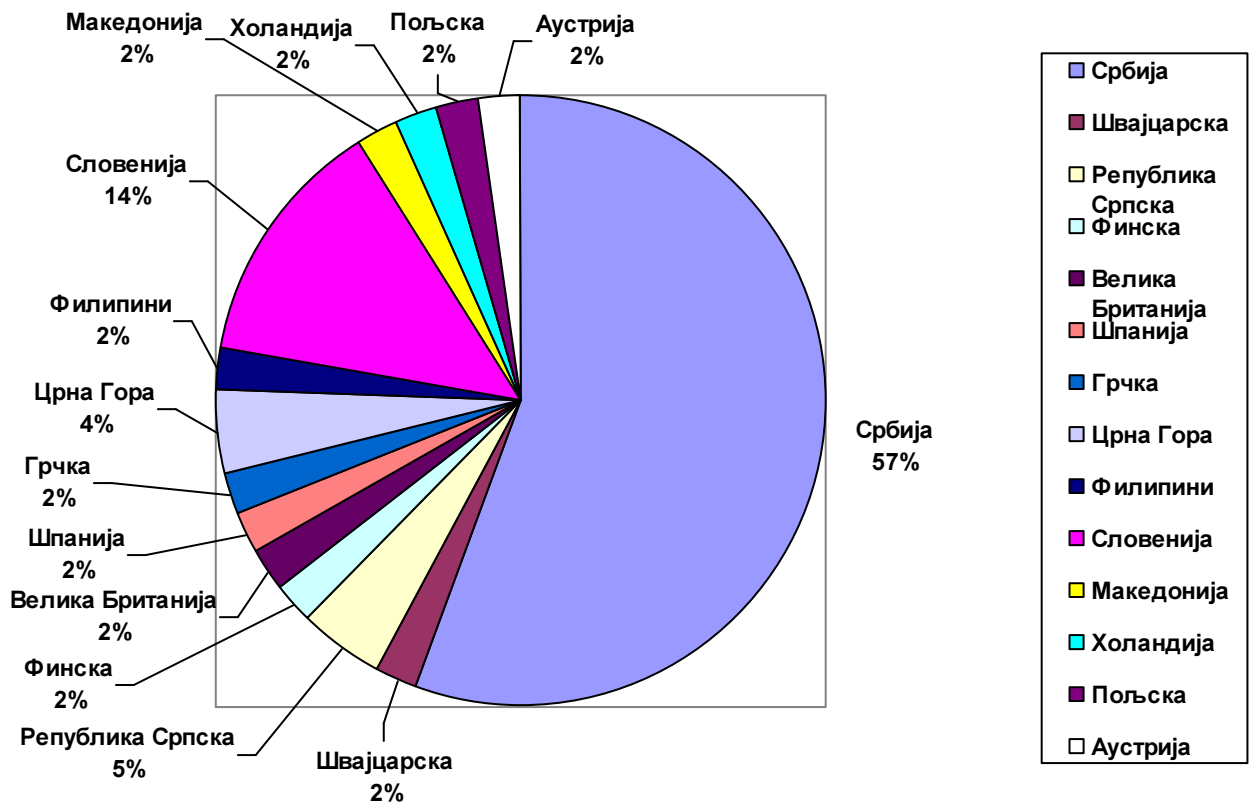
⁵²² Wei Z, *Applied Research for Hospitality and Tourism*, Temasek Polytechnic, Singapore, 2005, p. 50.

Као што се види из табеле: „Приказ учесника анкете по земљама“, успели смо да остваримо подједнаку заступљеност домаћих и страних испитаника, тј. из Србије 28 и из свих других земаља 28.

Графикон бр. 1: Процентуална заступљеност домаћих и страних учесника анкете



Графикон бр. 2: Учесници истраживања који су попунили анкету, по земљама



Видети:

- Прилог 11: Учесници анкете
- Прилог 12: Анкета: Листа експерата који су учествовали у анкети о улози међународних организација и институција у развоју туризма (по одабраним земљама).

1.3. Резултати анкете

Резултати Анкете⁵²³ састоје се од најважнијих мишљења и ставова испитаника (питања и одговора) о томе које су најбитније међународне организације и институције за развој туризма, које су добре стране сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму (где смо у смислу подстицања одговора, предложили неколико могућих видова сарадње, као што су: саветодавна сарадња, информисање, сарадња на пројектима, креирање стандарда, размена добре праксе, финансијска улога и др.), а које су лоше, уколико постоје. Као лоше стране у сарадњи једне земље са међународним организацијама и институцијама у туризму претпоставили смо да могу бити: недовољан утицај чланица на њихов рад и слабости политика. Обе, и добре и лоше стране, свакако су бројне, али како се ради о испитаницима који имају различите врсте искустава, тј. како су одговоре давали и запослени у међународним организацијама и институцијама, као и супротна страна, тј. страна са којом сарађују те организације, а то су: њихове чланице, националне туристичке организације и друге организације у туризму, професори, консултанци, представници привреде и јавних институција, то свакако постоје различита, па чак и супротна и супростављена виђења предности, ограничења и проблема у међусобној сарадњи.

Настојали смо и истражити који су све инструменти на располагању међународним организацијама у туризму, а којима оне утичу на развој туризма и на усмеравање будућих кретања, те колико су ефикасни и примењиви.

На бази првог, квантитативног дела обраде података настојали смо обрађене резултате анкете приказати графички, где је било могуће извући одређене односе и сразмере. Код другог дела, квалитативних оцена, настојали смо истаћи битне и примењиве ставове, оспоравања и контра-аргументе, предлоге и закључке, а да при томе не изгубимо из вида нешто од одговора на питања, разноврсности мишљења, те личних констатација.

⁵²³ Прилог 10: Анкета: Улога међународних организација и институција у развоју туризма Србије

1.3.1. Најбитније међународне организације и институције за развој туризма

На питање „Које су по вама најбитније међународне организације и институције за развој туризма?“ учесници анкете су имали могућност да заокруже једну од две понуђене опције: 1. Светска туристичка организација и 2. Европска туристичка комисија; и да додају друге међународне организације.

Од укупног броја одговора добијених од испитаника на ово питање:

- 83% сматра да је Светска туристичка организација (UNWTO) најбитнија међународна организација за развој туризма;
- 37% верује да је Европска туристичка комисија (ETC) најбитнија међународна организација за развој туризма;
- 50% од оних који су се определили за UNWTO, определили су се истовремено и за ETC,
- 32% сматра да и UNWTO и ETC доприносе развоју туризма;
- 10% мисли да ни UNWTO, ни ETC не доприносе развоју туризма (ради се о одговорима страних експерата за област туризма).

Сагледавајући значај UNWTO за развој туризма у свету, наглашен је њен глобални домет и специфичности, а то су:

а) чињеница да је специјализована агенција УН за туризам са мандатом да промовише одговоран, одржив и приступачан туризам и

б) да настоји да подржи и/или утиче на владе да развијају туризам.

Истакнута су и позитивна практична искуства проистекла из сарадње Факултета за туристички и хотелијерски менаџмент Универзитета Сингидунум са UNWTO, из чега је закључено да UNWTO има врло снажну улогу, посебно у домену едукације и трансфера знања у области туризма.

Значај ETC огледа се у директном утицају на обим активности, с обзиром на ангажовање ове организације у домену туристичке промоције.

Свака од наведених, као и друге регионалне и међународне организације у области туризма, управљају донекле различитим питањима, и сматрају се једнако важним, с обзиром да се њихове одговорности и мандати допуњују.

Важно је нагласити да има и дијаметрално супротних мишљења и искустава, у вези с UNWTO и ETC, која упозоравају да њихов посао није да развијају туризам, него да троше новац. Најбитније организације и институције за развој туризма, према њиховим саветима, су националне и регионалне туристичке организације.

У анкети је изражена и „бојазан“ да UNWTO није прва и најважнија организација – иницијатор - развоја туризма у Србији, с обзиром да европске институције знају много више о ситуацији у различитим европским земљама, укључујући Србију, и да као део ЕУ и њихових програма, могу обезбедити новац за вредне иницијативе у области туризма. Нобеловац **Пол Кругман** дао је сличан савет, да "Србија треба да буде део европског решења, а не да трага за индивидуалним мерама стимулације економије. ... Србија треба да користи европско искуство за подстицај домаће привреде."⁵²⁴

Преглед осталих најбитнијих међународних организација и институција за развој туризма, према мишљењу учесника анкете дат је у Прилогу бр.13.

⁵²⁴ Радио-телевизија Србије: <http://www.rts.rs/> ; „Нобеловац Кругман саветује Србију“, 02. окт 2012.

1.3.2. Добре стране сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму

Значај међународне сарадње је у порасту, јер многи садашњи изазови са којима се суочавају дестинације (промене на тржишту, одрживост, доступност и друго), могу бити боље решени (или само у неким случајевима), уколико им се приступи на кооперативан начин.

Добре стране сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму, рангиране су према гласовима учесника, те се дошло до следећег редоследа њиховог значаја:

- 1) Информисање 78%
- 2) Сарадња на пројектима 70%
- 3) Креирање стандарда 65%
- 4) Саветодавна сарадња 59%
- 5) Размена добре праксе 59%
- 6) Финансијска улога 37%.

Као најефикаснија активност међународних организација показало се информисање, а као најважније и најбоље сматра се сарадња на пројектима. Тешко је говорити о специфичним и опипљивим користима, али то може бити информисање и креирање стандарда. Размена добре праксе и саветодавна сарадња оцењене су готово идентично важним са процентом од 59%.

Са друге стране, питање финансија је постало најконтраверзније у упитнику, јер иако је пожељно и прижељкује се, учесници анкете су били или суздржани или се изјаснили да не очекују „многа“ од међународних организација и институција.

Поред поменутих добрих страна међународних организација и институција у туризму, додато је још:

- 1) Интегрисање;
- 2) Културна сарадња и упознавање нових култура;
- 3) Научно – истраживачка;
- 4) Едукација, односно трансфер знања;
- 5) Промоција;
- 6) Утицај на законодавство и уједначавање мера националне јавне политике у домену развоја туризма међу различитим земљама;
- 7) Препознавање туристичких трендова;
- 8) Жалбе и поравнања;
- 9) Повећава се степен организованости у туризму и ефикасност пословања;
- 10) Подстицање укупног развоја туризма;
- 11) Умрежавање, које уколико је селективно и ефикасно, даје све претходно поменуте користи.

Устаљено је мишљење да је сарадња са међународним организацијама добра референца за иступање пред другим међународним и свакако домаћим институцијама (апликације за разне послове добијају на тежини); на тај начин глобализују вредност и снагу истраживања (као партнери...); те долазе до нових могућности промоције дестинације. То је и прилика да се остане у контакту (захваљујући међународним организацијама) са новим спознајама, идејама, проблемима, средствима, итд.

1.3.3. Лоше стране сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму

Према проф др. Вукашину Шушићу, са Економског факултета у Нишу, овај тип организација обично већ дуго времена ради у одређеном ограниченом пољу интересовања, што значи да има тенденцију ка раду на бирократски начин и процедурално, мада имају доста искуства из различитих земаља и континената. „Већина међународних организација је бирократизована што отежава ефикасну сарадњу са националним и регионалним туристичким организацијама и институцијама“.

Сарадња је оријентисана на национални ниво, а неопходна је и на регионалном нивоу.

Према мишљењу Valerie J Carter, председнице ECOVAST, лоша страна међународних организација је што „многе локалне организације из различитих земаља још увек не могу бити повезане са међународним организацијама, мада поседују дубинска знања о локалним туристичким могућностима и слабостима.“

Међународне или глобалне институције ове врсте игноришу регионалне / локалне специфичности. Финансијски су зависне и политички оријентисане, тако да мале земље као што је Србија, нису на њиховој листи приоритета.

Суштина сарадње често почива на контакт особи. Ако је она агилна, има добру позицију у међународној институцији или/и има добре контакте, земља чланица може да има веће користи које проистичу од слабости политика. Ако та особа, напротив, своје место у међународним организацијама сагледава само као пролазну сопствену позицију, без ангажовања, то је велика слабост и може само штетити, јер се плаћа одређена партиципација, а ефеката нема.

Листа лоших страна сарадње са међународним организацијама је скоро подједнако дуга, као и листа добрих страна, претходно дефинисаних, иако су у овом случају у старту дата само два предлога.

Са првим исказом:

- 1) Недовољан утицај чланица на њихов рад - сложио се 41% од свих испитаника;

Док се са другим исказом:

- 2) Слабости политика - сложило 27% испитаника.

Остале препознате слабости сарадње са међународним организацијама и институцијама у развоју туризма су:

- 1) Тешкоће у усвајању и примени предложених политика;
- 2) Бирократија, спорост;
- 3) Приоритети / предности дају се више појединачним мотивима / користима, него колективним;
- 4) Лоша координација;
- 5) Комуникацијски проблеми (језичка баријера);
- 6) Недовољна размена информација;
- 7) Недовољна видљивост тј. присутност на националном плану;
- 8) Подизање нереалних очекивања у земљи домаћину;
- 9) Недовољно добри консултант на пројектима;
- 10) Недовољна информисаност о чланицама и непознавање садржаја;

- 11) Недостатак упознатости са могућностима земље, сувише генерални приступ и слабо разумевање специфичности посебног пројектног подручја или земље;
- 12) Покушај прављења општих решења, која нису примењива за све појединачне случајеве;
- 13) Стара мода и навике;
- 14) Рад и сарадња са међународним институцијама узима много времена и енергије.

Са друге стране, 9% испитаника сматра да не постоје лоше/негативне стране у вези сарадње са међународним организацијама и институцијама. Постоји евентуално, слаба посвећеност наше (унутрашње) организације, учешћу у организационим активностима.

Georgios Drakopoulos, генерални директор Удружења туристичких предузећа Грчке, упозорава да „једини недостатак који може да се деси јесте да се ослоните на подршку међународних организација, јер оне само пруже руку и дају неке идеје, а ви сте ти који морате да се ухватите у коштац са послом.“

1.3.4. Инструменти међународних организација у туризму и оцена њихове ефикасности

Инструменти међународних организација у туризму су бројни, а њихова појединачана ефикасност се може сагледати кроз: развој/побољшање туристичког производа, број међународних туриста, туристичке приходе, заштиту/унапређење природног окружења, и др.

Основни инструменти којима се служе међународне организације су:

- 1) Предлози мера 32%;
- 2) Заједничка документа – декларације и сл. 59%;

а додата су следећа документа:

- Конвенције и протоколи,
- Резолуције,
- Предлози,
- Агенда 21, итд.

Поред тога, инструменти на располагању међународним организацијама су:

- Оцене општих (генералних) кретања и предвиђања будућих кретања;
- Политичко лобирање;
- Радионице, конференције, научни скупови, конгреси, екскурзије, семинари и друго;
- Конкретна сарадња на одређеним пројектима који су сагласни са основним начелима развоја туризма, које су прописале међународне организације у туризму;
- Брошуре и приручници;
- Престиж.

Према мишљењу испитаника, кључ поменутих инструмената је у њиховој имплементацији. Мере могу да буду врло ефикасне, ако их обе стране поштују,

користе и ако су званично одобрене и практикују се. Нпр. иновирање система продаје авио-карата и увођење електронског издавања карата не би било могуће без претходних конвенција донетих на међународном нивоу, а чији је иницијатор била IATA.

Документа и ставови UNWTO, према мишљењу испитаника, цене се и уважавају у националним економијама и имају велики утицај на научно-истраживачке процесе у туризму. Нарочито су важни статистички подаци о туристичком промету и предвиђања експерата из UNWTO.

1.3.5. Оцена стања у туризму Србије

На питање „Како оцењујете стање у туризму Србије?“, већина испитаника се определила за одговоре лоше (26%) и може боље (71%), док је свега 7% испитаника стање у туризму Србије оценило добрим.

Коментари изнесени у вези стања у туризму Србије, представљају потпуно слободно и индивидуално виђење испитаника по овом питању. Заједничка карактеристика свих одговора је био покушај да се укаже на главне узроке таквог стања у туризму, а то су:

- непостојање финансијске и кредитно-монетарне подршке, фале инвестиције,
- одсуство приоритета и конзистентне политике,
- непостојање конкретне реализације усвојене стратегије,
- лоша политика,
- лоша приватизација,
- неповерење,
- небрига државе,
- лоша инфраструктура,
- недостатак капацитета,
- недовољна искоришћеност (и потцењеност) постојећих потенцијала,
- слаб туристички производ у односу на конкуренцију,
- недостатак имиџа на међународној сцени - Србија није позната туристичка дестинација, а има много тога да понуди;
- неискоришћеност могућности прекограничне сарадње у оквиру IPA пројеката ЕУ,
- недовољна промоција,
- неприпремљеност локалне заједнице,
- недостатак професионализма,
- неадекватна кадровска оспособљеност институција у туризму, итд.

Према мишљењу испитаника, сви параметри о туристичком промету домаћих и страних туриста указују на низак степен развијености туризма, и да постоји несклад између расположивих туристичких потенцијала и нивоа услуга које захтева савремено светско тржиште.

Испитаници су изразили уверење да је држава мало урадила како би материјализовала потенцијалне предности. Уочљива је недовољна искоришћеност потенцијала, недовољна промоција и слабији туристички производ у односу на конкуренцију, што се свакако може побољшати.

Још увек је минималан утицај туризма на економски и привредни развој државе. У Србији је, слично као у другим земљама ex-YU, политика битнија од економије, што је можда и кључни проблем.

Законска регулатива углавном прати европске стандарде, али се споро и тешко примењује. Генерални имиџ Србије је, у овом поратном периоду, прилично лош, што се одражава на развој туризма. Србија је требала да буде отворена арена за туристичке активности, али тензије и проблеми стабилности утичу на прилив туриста. Оцењује се да је стагнација у последњих 20 година изазвана нестабилном политичком и економском ситуацијом.

Шта је потребно урадити да би се ситуација променила? – Пре свега више радити на рецептивном туризму. Потребан је развој инфраструктуре, нарочито путева и осталих видова саобраћаја, затим нивелисање категоризације хотелског смештаја и развој квалитета туристичких услуга у складу са међународним трендовима. У недостатку сопствених-домаћих извора, потребно је стварање услова за већа инострана инвестициона улагања у објекте туристичке понуде.

Србија има енормне потенцијале за развој туризма, посебно сеоског (развој села, агротуризам и сл.), али су потенцијали потпуно потцењени, почев од генерално лоше инфраструктуре (пре свега саобраћајне мреже и хигијенских услова), неприпремљености локалне заједнице, недостатка професионализма и адекватних људских ресурса (специјализованих или оспособљених за рад у туризму, за комуникацију на страном језику), итд. Користило би да прошири сарадњу са другим земљама у региону, и да се више ради на заједничким активностима - као што су прекограничне иницијативе са Хрватском, Македонијом, Босном и Херцеговином, итд. Немачки или холандски туристи желе да посете цео регион, те би било би мудро развијати туристичке производе, на пример: аутобуске туристичке туре, караван туре, бициклическе активности са преласком границе, и слично. Србија има потенцијала да привуче европске туристе.

Ситуација у Србији је шаренолика, постоје региони који су увидели корист од туризма, унапређују своју понуду, организују манифестације и слично, те на тај начин привлаче туристе (Западна Србија), а такође, постоје и они који једноставно не препознају свој потенцијал, нису заинтересоване за сарадњу, као што је део Источне и Југоисточне Србије. Према оцени испитаника, позитивни примери су Београд, Виминацијум, Тара – Мокра гора итд, мада је још увек, низ туристичких производа недовољно развијен.

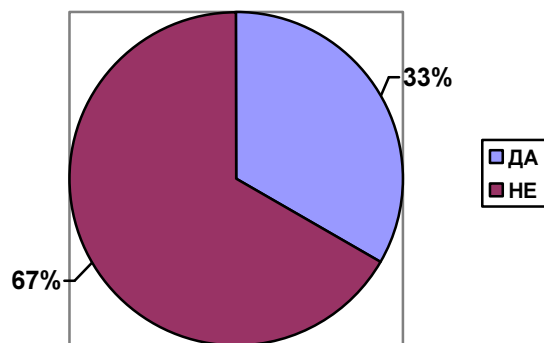
1.3.6. Усклађеност туристичке понуде и туристичке тражње Србије

Туристичка понуда Србије није наменски рађена према циљним групама и доста је слаба, али је због лоше промоције слаба и тражња. Иако понуду прилагођавамо тражњи, још увек је комплементарна понуда неадекватна захтевима, пре свега иностраних туриста (смештај, трговина, саобраћајна и туристичка инфраструктура). Проблем је и што у Србији квалитет и цена нису повезани, нема достојне класификације хотела, нема хотелских стандарда за звезде, говор енглеског језика није раширен, нема критеријума за одржив развој хотела и дестинација.

Главни проблеми, када је у питању однос понуде и тражње у Србији, су: незаинтересованост државе за развој ове делатности; недовољна улагања; стратегија развоја туризма није реализована у кључним сегментима, посебно у сегменту инвестиција; путеви су у лошем стању до кључних туристичких центара (Златибор, Копаониок, Врњачка Бања, Дивчибаре); аеродром Лађевци још не функционише, иако је одлука о његовој комерцијализацији донета пре више од годину дана; аеродром Поникве, такође. Врло мали је број квалитетних хотела. Процес приватизације је недовршен код хотелско туристичких предузећа, посебно у бањским центрима, где ниједан РХ центар није приватизован, и слично. Још увек нема фокуса на оним активностима и атракцијама које треба понудити, посебно тржишним нишама које су у порасту.

Један од разлога „зашто“ туристичка понуда Србије не одговара туристичкој тражњи је и што српски Закон о туризму није израђен на националним развојним интересима. Поред тога, туристичке агенције дају кључни допринос потцењивању вредности српског туристичког производа.

Графикон бр. 3: Да ли туристичка понуда Србије одговара туристичкој тражњи?



Сугестије које произлазе из одговора на ово питање, корисно су средство за даља планирања туристичке понуде. Наиме, сугерисано је да Србија као континентална земља, своје адуте фокусира на својим специфичностима, као што је туризам великих градова (за сада је то само Београд, и помало Нови Сад) са значајним културним ресурсима, посебно манастирима, који јесу нешто што Србију разликује од других култура. Србија је и кључно чвориште у овим делу Европе и са тог аспекта транзитна дестинација, са потребом адекватне понуде тога типа. Потенцијал представљају и салаши, као и етно-села, иако адекватне инфраструктуре у близини путева још увек нема, а мањкају и мотели и објекти опремљени у традиционалном стилу, са домаћим гастро специјалитетима, сувенирима и слично. Велики потенцијал чини бањски туризам, али без унапређења инфраструктуре, која је у лошем стању, не може се ни валоризовати.

Трендови на међународном тржишту се померају у правцу одрживог, „зеленог туризма“, те Србија треба да „саопштава поруке“ о томе да постоје и такви туристички производи у земљи.

Одређеним сегментима потрошача, према мишљењу испитаника, понуда је одговарајућа, али не и за масовни туризам, јер Србија не може да одговори

хетерогеној и еластичној тражњи, а уз то се не ради довољно на професионалан начин. Оно што би Србија имала да понуди, а да у глобалу одговара туристичкој тражњи, су захтеви везани за здравствени туризам (wellness), рурални туризам и градске (city break) туре.

У суштини, понуда Србије очигледно није прилагођена тражњи на европском тржишту, а такође је недовољно прилагођена домаћем тржишту, као и блиским емитивним тржиштима. Србија нема туристичке производе који би задовољили тражњу пре свега на домаћем, а потом и на иностраном туристичком тржишту. С једне стране, постоје неискоришћени и запуштени капацитети, а с друге, постоје дестинације које немају капацитете ни богатство понуде да би задовољили савременог туристу.

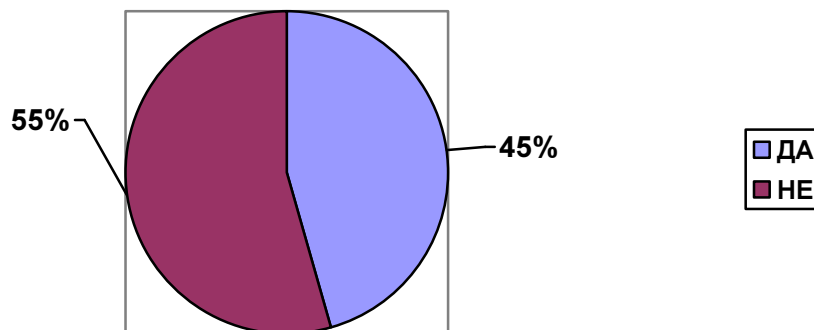
У сваком случају, са више знања о земљи, порасла би и тражња. Недостаје адекватна промоција и пропаганда, као и менаџмент туристичке дестинације Србије. С једне стране, постоји слаб проток информација, а с друге, недостатак истраживања о потребама туриста. Главно је питање да ли знамо ишта о тражњи, кад на бази републичке статистике не можемо сазнати демографске карактеристике регистрованих туриста.

1.3.7. Утицај страних улагања на развој туризма Србије

Свако инострано улагање у одређене секторе привреде утиче и посредно и непосредно на туристичку делатност, у нашем случају минимално, али је опет заступљено. Наиме, према резултатима анкете, страна улагања јесу присутна, али не у мери да значајније утичу на развој туризма у Србији. Примера ради, број туриста се није видно повећао.

Слична ситуација је и уколико погледамо активности Агенције за промоцију страних улагања, туризам има мало директних страних инвестиција, у поређењу са осталим секторима.

Графикон бр. 4: Да ли су страна улагања имала видан утицај на развој туризма Србије?



- Неки од позитивних примера страних улагања у развој туризма Србије су:
- Културно-историјска места: Виминациум, Лепенски вир, Нишка бања, и др.
 - Хотели: „Holiday Inn“, „IN“, „Tulip Inn“ Путник, „Falkensteiner“, „Metropol Palas“ у Београду и бројни други хотели.
 - Развој туризма дуж тока Дунава.
 - Улагање у хотеле у главном граду.
 - Долазак међународних хотелских ланаца - брендова у Београд.
 - Повећање броја хотела са 3 до 5 звездица.
 - Улагање милион евра за ревизују Стратегије туризма.

Примера има много, али су још у почетној фази, као нпр. Рајачке пивнице, хотел Стара планина, индустријско наслеђе: Сењски рудници и слично.

Према мишљењу испитаника у анкети, проблеми постоје у сегменту који се односи на инвестирање и привлачење капитала, јер услови пословања не делују стимулативно и не подстичу системски инвестиције, него напротив дестимулишу сваки покушај улагања, а што није само проблем присутан у Србији, него и у Црној Гори. Наиме, процедурални административни поступци дуго трају, укључују велики број различитих институција од којих се морају прибавити документа - од националних до локалних инстанци, а то је само један од првих предуслова за отпочињање посла. Такве отежавајуће околности одвраћају заинтересоване инвеститоре и привреднике да се више ангажују.

Примећено је да значајнијих улагања има у смештајне капацитете, као и да је резултат видљив у бољој смештајној хотелској понуди, порасту квалитета услуга и бољем позиционирању на страном тржишту, а и донекле је побољшана комунална и туристичка инфраструктура и супраструктура. Међутим, иако инвестиција има, углавном је то у хотеле у главном граду, а не и у развој туристичких дестинација, као ни у промоцију, што је последица економско-политичке ситуације у земљи и неодговарајућих прописа. Као један од узрока такве ситуације, наводи се одсуство генералне стратегије општег привредног развоја.

Ако се посматрају инвестиције уопште (не само инвестиције у туристичку привреду), добар пример је Крагујевац, где (инвестиције у аутомобилску индустрију) ФИАТ генерише значајну туристичку тражњу.

Страна улагања представљају значајан вид допуне средстава у ситуацији оскудице националног капитала - за улагање у хотелске капацитете и саобраћајну инфраструктуру. Због недостатка страних улагања, туризам има спорији раст.

1.3.8. Сарадња Србије са међународним организацијама и институцијама и земљама (билатерално) и одобрени пројекти у туризму

Србија има закључен већи број билатералних споразума (и/или протокола) о сарадњи у области туризма са неким од земаља чланица ЕУ, као што су: Мађарска, Словенија, Румунија, Бугарска;⁵²⁵ али и са другим земљама широм света, на основу којих се одвијају бројни програми и пројекти наше заједничке сарадње, а који су важна основа јачања и ширења сарадње у туризму.

⁵²⁵ Видети прилог: Билатерални споразуми наше земље у области туризма

Често се сарадња у области туризма, како билатерално, тако и мултилатерално (са међународним организацијама и институцијама), успоставља *ad hoc*, по потреби да се ураде одређени задаци од обостраног интереса (нпр. погранична сарадња или сарадња на Дунаву) или у правцу општег развоја.

Према резултатима анкете, а у односу на укупан број датих одговора, развоју туризма Србије значајан допринос дају:

1) ЕУ 78%.

ЕУ је на првом месту, а разлог је што често користимо инструменте претприступне помоћи (IPA фонд). Реализовано је више пројеката који су директно или индиректно везани за туризам. Србија има нпр. приступ Leader програму ЕУ. Неки од програма ЕУ били би корисни и као подршка туристичким пројектима. Такав је случај са пројектима унапређења туризма у пограничном подручју, који подразумевају учешће партнера с обе стране државне границе (Мађарска, Румунија, Бугарска).

2) GIZ 57%.

3) USAID 57%.

Нпр. USAID пројекат локалног одрживог развоја.

Са свим наведеним организацијама су рађени заједнички пројекти.

4) друге организације и институције ... 32%.

Међу другим организацијама/институцијама поменуте су: UNWTO, UNDP, UNICEF, IN&RA, Светска банка, SDC, и др.

Србија сарађује са UNWTO у неколико области, укључујући развој руралног туризма (који је кључни, због везе туризма са другим секторима, нарочито пољопривредом), културног туризма и здравственог туризма.

5) земље 32%.

Земље које учествују у развоју туризма Србије, обично уз финансијску помоћ међународних и регионалних организација и институција, су: Аустрија, Бугарска, Грчка, Хрватска, Холандија, Јапан (преко ЈСА), Канада, Мађарска, Немачка (GIZ), Румунија, САД (USAID), Словенија, Швајцарска, Шведска (SIDA) и индиректно Данска. Са суседним земљама (Хрватска, Бугарска, Румунија) има доста пројеката, као нпр. везаних за реку Дунав, Пут римских царева, и слично, а у оквиру Програма прекограничне сарадње ЕУ, при чему се сарадња са земљама се одвија преко њихових институција - агенција за међународни развој.

Међу осталим иностраним организацијама и институцијама са којима сарађује Србија, а који су битни за развој туризма, према мишљењу испитаника, су: факултети, невладине организације, институти, центри изврности, итд.

1.3.9. Међународни стандарди у туризму и колико су прихваћени и примењени у домаћем законодавству и пракси

Придруживање ЕУ има снажан утицај на Србију, као вид притиска на Србију да примењује стандарде Уније. Притисак ће јачати, што Србија буде ближе учлањењу. Процес придруживања ће подразумевати доношење још више законских

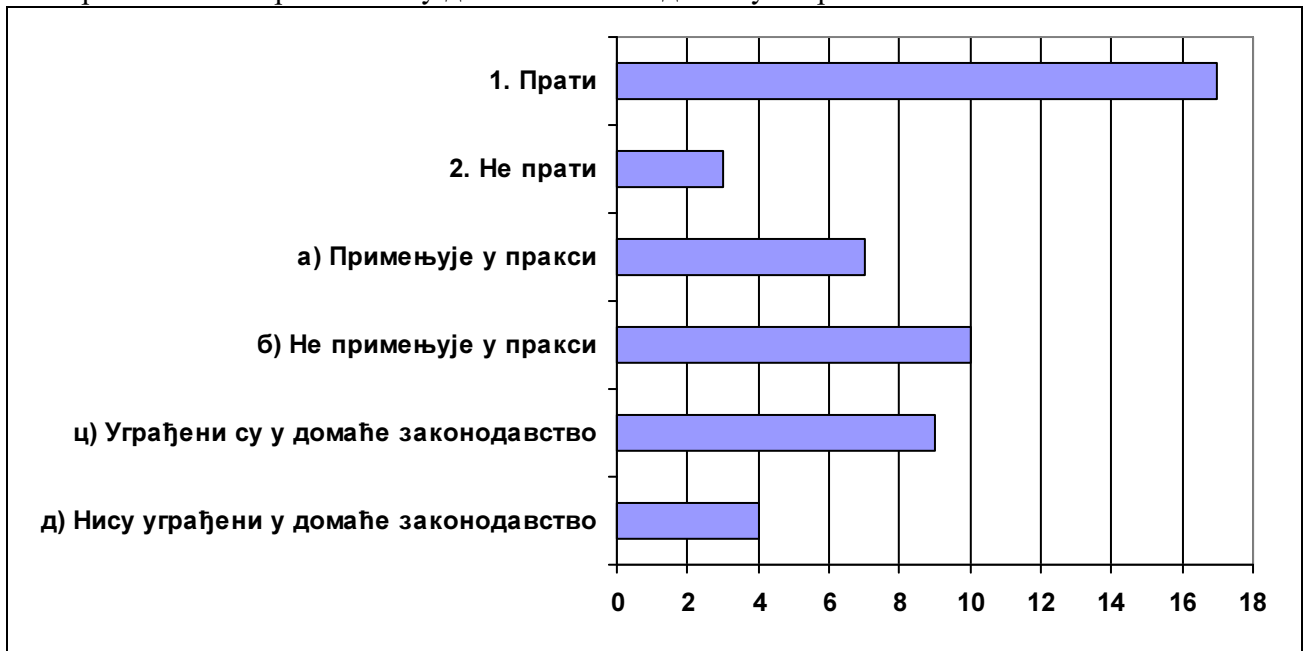
прописа и пратећих докумената, међутим, као што се десило и у другим земљама из нашег окружења, јавиће се проблем њихове примене.

Колико су међународни стандарди примењени у туристичкој пракси Србије, тешко је процениво. Наиме, примена стандарда који се односе на еколошка питања тек су у зачетку; законодавна регулатива, када се ради о категоризацији смештајних објеката, усаглашена је са међународним стандардима, али су у пракси често присутна одступања; а када је реч о домаћем законодавству - Закону о туризму и пратећим подзаконским актима (правилницима и сл.), они су усклађени са прописима ЕУ, и другим међународним стандардима, али се међународни стандарди не примењују у пракси.

Међународне стандарде у туризму, према одговорима испитаника, прате само поједини предузетници у Србији, као што су хотелијери, међутим то се не може рећи за све предузетнике, као ни за друге подсекторе, а чак ни за неке туристичке производе. Оправдање се налази у томе да Србија нема независно тело које мери квалитет услуга у туристичкој привреди. Србија, према мишљењу испитаника, заостаје у одређеној мери за европским стандардима, а то се односи на квалитет туристичких услуга, коришћење информационах технологија у туризму и категоризацију хотелских капацитета.

Постоје и они међународни стандарди који су тек од скоро узети у обзир (уграђени у домаће законодавство), али се још увек не примењује у пракси. То се пре свега односи на стандарде у области заштите животне средине и одрживи развој, али и на многе друге сегменте туризма.

Графикон бр. 5: Да ли Србија прати међународне стандарде у туризму и колико су они прихваћени и примењени у домаћем законодавству и пракси?



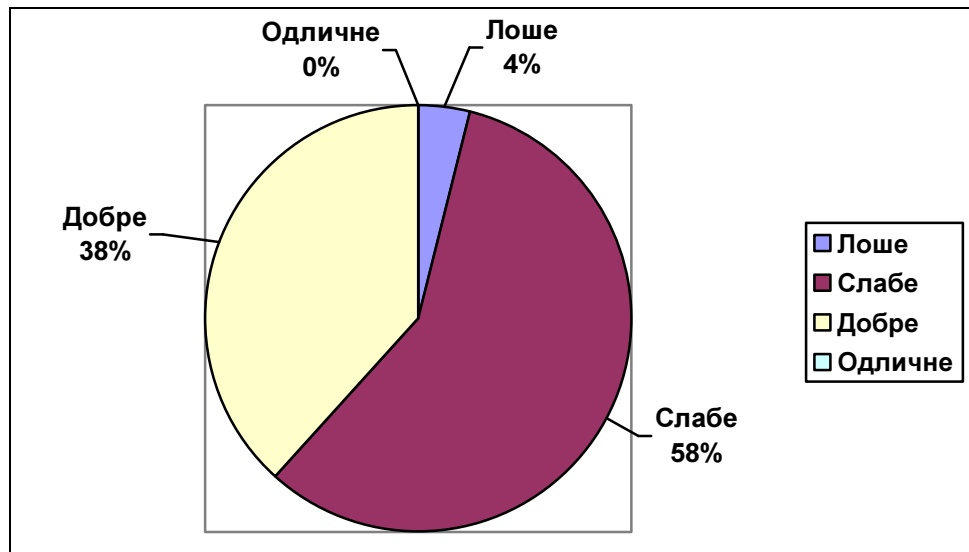
Србија у принципу покушава да следи ове стандарде, само питање је с чим се сложити, да ли са успехом примене стандарда или само са циљем да се испуни формални оквир њиховог постојања.

Закључује се да је неопходна даља хармонизација међународних стандарда и норми у туризму.

1.3.10. Резултати туристичке привреде Србије – може ли боље?

Према анкетном истраживању, туристичка привреда Србије остварује слабе резултате. Према мишљењу испитаника, а према статистици коју наводе из деведесетих година прошлог века (да се тренутно остварује 67% туристичког промета из 1988. године), јасно је да садашњи резултати туристичке привреде још нису достигли ниво од пре 1990. године, али ни данашње резултате туристичких привреда земаља у окружењу.

Графикон бр. 6: Какве резултате постиже туристичка привреда Србије - може ли боље?



Истраживање показује, да се резултати туристичког пословања, крећу у распону од слабих ка добрим. Ни један испитаник, резултате које постиже туристичка привреда Србије, није оценио одличним.

С обзиром на кризни период и генерална ограничења, резултати нису тако лоши. Према мишљењу испитаника, могло би много више и боље ако се прихвате међународне норме и стандарди, те искористе домаће и стране инвестиције.

Слаби резултати су присутни у сегментима као што су рурални туризам и уопште у сектору одрживог туризма, мада има и неких производа чији су консеквентни резултати су изврсни.

Туристичке производе треба креирати сагласно расположивим антропогеним и природним ресурсима, који могу бити препознатљиви на међународном тржишту. Србија поседује компаративне предности у домену еколошког и бањског туризма (у региону), које треба боље искористити. Постоје и мишљења да треба више фаворизовати везане аранжмане, како би се ефекти од туризма додатно увећали.

Туризам је сложен систем у коме резултати не зависе само од туристичке привреде. Већина поступака на унутрашњем и међународном плану, води ка нарушавању, иначе слабог интересовања за нашу земљу.

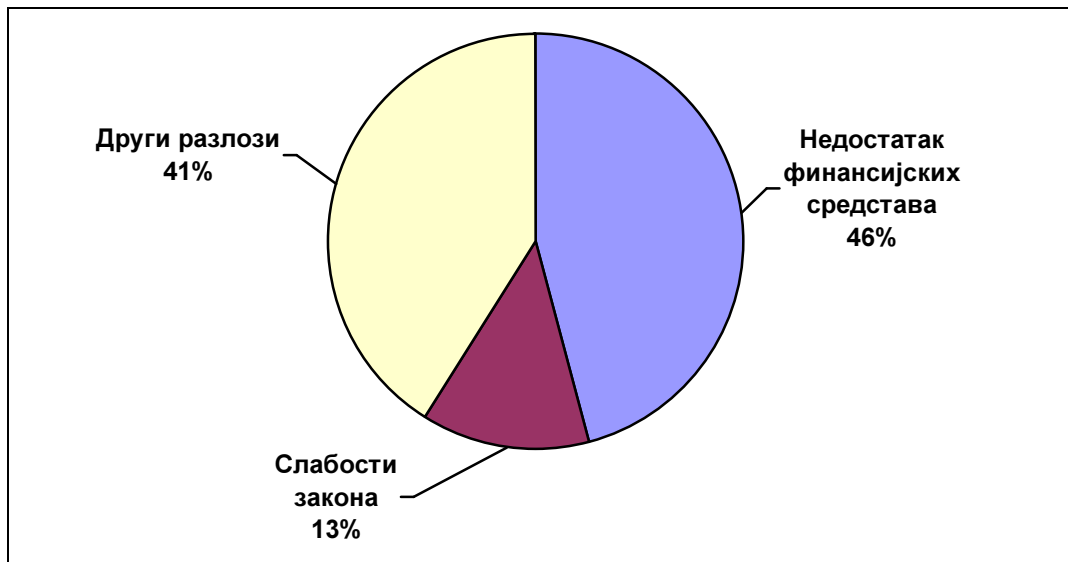
Популарне дестинације нису окидачи сарадње са дестинацијама које се тек развијају и које нису довољно добро позициониране.

Чињеница је да се туристички промет повећава, нарочито иностранци, да се много више прича (па и улаже) него ранијих година, међутим, то по речима испитаника није ни приближно ономе што би Србија као туристичка дестинација могла да постигне.

1.3.11. Главни проблеми туристичке привреде Србије и препреке на путу даљег развоја

Недостатак финансијских средстава јесте један од главних проблема туристичке привреде Србије, мада не и једини - према мишљењу 46% испитаника. Два су основна разлога такве ситуације: 1) криза и 2) недовољна и погрешна улагања државе. Треба имати у виду и да је недостатак финансијских средстава тренутно општи проблем државе, а не само туристичког сектора.

Графикон бр. 7: Главни проблеми туристичке привреде Србије?



Средства су потребна не само да би се градило, већ и да би се: уредио простор, квалитетно управљало дестинацијама, унапређивало школовање кадрова у туризму, итд. Транзициони период се прилично одужио, један део приватизованих система увелико манифестује своје слабости, други још није приватизован, јер према мишљењу испитаника, нема квалитетних инвеститора. Модернизација хотелског смештаја и бањских капацитета, у ситуацији појачане тражње за тзв. здравственим (wellness) туризмом, директно је успорена оскудицом улагања.

Структурне реформе нису довршене, као што нису ни побољшани услови пословања, тј. пословно окружење. За развој туризма и покретање новог бизниса потребно је знатно више подстицаја и олакшица.

Слабости закона, према мишљењу 13% испитаника, су извор проблема туристичке привреде и разлог отежаног даљег развоја. Пре свега то се односи на оне законске одредбе које прописују: висока пореска оптерећења туристичкој привреди, недовољне стимулације за страна улагања, и др. Важећа правна решења у поменутим сегментима нису довољно атрактивна. Пракса треба да диктира закон, а не обратно.

Међу другим разлозима који отежавају рад туристичке привреде наводе се:

- нејасан концепт развоја;
- недовољно развијена свест о важности сектора туризма у укупној привреди;
- неусклађеност свих субјеката задужених за развој туризма;
- одбацивање знања и иновација, недостатак професионалности (Филмски редитељ Емир Кустурица је један од најбољих промотера српског туризма).
- недостатак међународно квалификованих хотелских и туристичких менаџера и кадрова за одређена туристичка занимања;
- кадровска неспособљеност у институцијама које утичу на развој туризма;
- превазиђена Стратегија развоја туризма;
- недовољно развијена саобраћајна инфраструктура до појединих туристичких дестинација;
- недовољан степен сарадње између различитих учесника у изградњи туризма;
- неадекватна промоција туризма на међународном туристичком тржишту;
- непостојање туристичких представништава;
- недостатак координације и маркетинга;
- недостатак знања о местима која се могу посетити у Србији: историјски градови, места од археолошког интереса, итд.
- недостају стратешки планови за развој дестинација;
- недостаје различит приступ страним и домаћим инвеститорима, и др.

Проблема има много, али је кључна свест и образовање становништва. Мали број људи је свестан могућности које туризам пружа и не препознаје туристичке потенцијале Србије или има погрешан став према туризму, повезујући га искључиво са морем и купањем. Поред тога недостаје ужа стручна специјализованост у туризму и нова занимања, нове нише у оквиру туристичких производа (побољшање и проширење туристичке понуде у складу са преференцијама савремених туриста и сл.), координација и међусекторска сарадња (туризма, пољопривреде, културе и др.).

Србија је, као и било која друга дестинација у развоју, суочена са проблемом конкурентности. У том смислу, према мишљењу испитаника, морали би бити много агресивнији на светском туристичком тржишту и више средстава обезбедити за развој. Недостаје усаглашен систем мера којим би се, уз пуну сарадњу приватног и јавног сектора, стимулисао дугорочни развој и ефикасан систем управљања туристичким дестинацијама.

1.3.12. Извори финансијских средства за развој туризма Србије

Суштина одговора на ово питање, а на шта указују и испитаници, је да се финансијска средства за развој туризма Србије издвајају из разних извора, као што су: буџет Републике Србије; средства јавног и приватног сектора; инострани фондови, итд. Средства се издвајају на националном нивоу и нивоу локалних заједница. Законом о буџету Републике Србије предвиђа се годишњи износ средстава за доделу кредита за подстицање квалитета туристичке понуде. Ближи критеријуми о условима, начину доделе и коришћења средстава за подстицање квалитета туристичке понуде одређују се Уредбом, која прати наведени Закон.

Већина испитаника коментарисала је висину и намену финансијских средстава која потичу из буџета Републике Србије, као и рационалност трошења тих средстава, док остали извори средстава (нпр. од различитих донатора, банака, организација), готово да и нису коментарисана.

Испитаници у анкети су се критички осврнули на трошење средстава из буџета Републике Србије, која се намењују за финансирање развојних пројеката, али су она према њиховом мишљењу симболична и нису дистрибуирана на линији стратешких праваца.

Иначе, једна од примедби је била да је до податка о расподели средстава по појединим наменама скоро немогуће доћи, док друга примедба указује на проблем што се не виде приоритети улагања, а што није добро чак и да има довољно новца.

Издавања за израде различитих студија у области туризма и за рад туристичких организација, која се углавном подмирују из буџета, требало би повећати, како би се појачао административно-институционални оквир за развој на регионалном, односно локалном нивоу. Испитаници су истакли, да је неопходно уложити део приходе остварених од туризма у промоцију туризма Србије.

Најважнији циљ финансирања од стране јавног сектора би требало да буде отклањање недостатака у домену инфраструктуре. У последњих неколико година инвестирано је у побољшање инфраструктуре (посебно у транспорт, авиопревоз - нискобуџетне авиолиније), али би требало у будућности издвајати и знатно више.

Средства свакако нису довољна, према мишљењу готово свих анкетираних испитаника, али треба имати у виду и опште финансијске проблеме у државној апаратури. С тог аспекта, издавања финансијских средстава су вероватно примерена могућностима буџета, и сагласна односу према туризму, дакле мала. Улагања у примарни, секундарни и терцијарни сектор треба узети као неопходни комплексни предуслов побољшања функционисања туристичке привреде, међутим тешко је проценити потребна средства за уређење ресурсне, материјалне основе, која залази у област других, комплементарних делатности у туризму.

1.3.13. Будући стратешки правци деловања Србије у туризму

Према мишљењу Sandre Carvao⁵²⁶ представнице UNWTO задужене за односе са јавношћу, Србија би требало да настави да унапређује стратегије и да

⁵²⁶ Carvao Sandra, Communications Coordinator, World Tourism Organization, A Specialized Agency of the United Nations (UNWTO), SPAIN, MADRID

изузетно вредне туристичке капацитете стави у функцију додатне вредности земље (гастрономију, културу и природу), а у исто време да ради на успостављању чврсте везе између развоја туризма Србије и глобалног развоја, креирајући одговарајуће услове да туризам доприноси глобалним циљевима очувања природе и културе, стварању нових радних места и руралном развоју.

Стратешких праваца има више, али испитаници сматрају да треба поћи од промена у захтевима савремених туриста (нпр. од понуде производа намењених туризму специјалних интересовања, од нових видова туризма, и слично) и да треба:

- Концентрисати се на међународни туризам и довођење страних гостију;
- Искористити превоз по нискотарифним ценама;
- Привући водеће хотелске ланаце у свим формама интернационализације пословања;
- Успоставити ексклузивне туре за туристе из различитих земаља света;
- Радити снажније промоције на тржишту ЕУ и Русије;
- Оријентисати се на отварање туристичких пунктова у иностранству;
- Радити на брендирању - аутентичности домаће робне марке;
- Повећати износ средстава за промоцију Србије као туристичке дестинације на циљним тржитима;
- Обезбедити боље знање о туристичкој понуди земље – посебно оно с чим ће се апеловати на масовном тржишту или специфичним тржиштима, као што је нпр. „наслеђе“;
- Активирати руралне пределе и пределе очуване природе, уз осмишљавање културних рута са акцентом на људима, традицији и гастрономији;
- Повећати квалитет и стандардизацију туристичке понуде;
- Обезбедити заштиту туриста, сагласно савременој европској пракси;
- Инвестирати у инфраструктуру, кадрове и садржаје, али и у стимулације за довођење страних гостију;
- Увести више реда у сегменту примене прописа (у домену: приватизације, пореске политике, ауторских права и заштите потенцијалних атрактивних дестинација од дивље градње);
- Креирати ефикасне вертикалне и хоризонталне управљачке структуре, укључујући дестинацијски менаџмент и партнерски приступ.
- Водити конкурентну политику цена;
- Интензивније развијати посебне облике туризма;
- Подизати образовну структуру запослених у туризму;
- Издашније помагати мање средине с потенцијалима који омогућују развој туризма (Велико Градиште, Кладово, Доњи Милановац, Власину итд.);
- Побољшати комуникације између различитих учесника у креирању туризма на нивоу туристичке дестинације;
- Радити на регионалном повезивању;
- Радити на пројектима.

Будући стратешки правци деловања у туризму дефинисани су Стратегијом развоја туризма Републике Србије, мастер плановима,⁵²⁷ Дунавском стратегијом, документима и препорукама UNWTO. Према Стратегији развоја туризма Републике Србије, то је: сачувати Београд таквим какав јесте и фокусирати се на сеоски туризам, бољу промоцију бањског туризма Србије, инклузију и едукацију локалне заједнице у/око туристичког развоја, квалитет услуга, побољшање квалитета специфичних догађаја. У складу са Стратегијом развоја туризма Републике Србије 2005-2015 потребно је побољшати туристичку понуду Србије улагањем у инфраструктуру, што захтева додатне инвестиције из земље и иностранства, као и иновације и едукацију људских ресурса, чиме ће се повећати продуктивност, а тиме и побољшати конкурентност Србије као туристичке дестинације.

У анкети је било и супростављених мишљења, с једне стране да су стратешки правци јасно дефинисани у Стратегији развоја туризма Републике Србије и да се тих праваца треба држати и у будуће, а са друге стране да су они сувише апстрактни и да треба више радити на пројектима.

Развој туризма Србије, у наредном периоду, треба базирати на већем ангажовању Владе Републике Србије у изградњу и модернизацију инфраструктуре (путеви према главним туристичким центрима, оспособљавање аеродрома Поникве, Берановац (Морава) и Сомбор за туристичке сврхе и др.). Постојеће туристичке центре је потребно комплетирати, у смислу завршетка објеката и инфраструктуре, а не отворати нове са непотпуно уређеном инфраструктуром, туристичким садржајима и неадекватним кадровима. Неопходно је стварање повољније климе за довођење страних инвеститора, као и налажење стратешких партнера за приватизацију хотелско угоститељских објеката у бањским центрима, у чему влада треба да има кључну улогу.

У приватни сектор је потребно увести више реда, у смислу поштовања прописа у свим сегментима пословања (радни односи, обавезе према држави...), да би на такав начин постао моторна снага развоја туристичког сектора. Потребно је и ојачати улогу асоцијација туристичке привреде, инсистирати на њиховој репрезентативности и учешћу у социјалном дијалогу, и поверавати одређене послове из надлежности државе (нпр. категоризацију).

⁵²⁷ Мастер план за туристичку дестинацију Копаоник; Мастер план развоја туризма на Голији са пословним планом; Мастер план туристичке дестинације „Стиг-Кучајске планине-Бељаница“; Пројекат развоја туристичког комплекса „Палић“; Мастер план туристичке дестинације „Доње Подунавље“; Мастер план туристичке дестинације „Горње Подунавље“; Мастер план културноисторијске руте – Пут римских царева; Мастер план туристичке дестинације Сокобања; План развоја туризма на Старој планини са прединвестиционом студијом и физичко-техничким карактеристикама скијалишта; Мастер план развоја туризма са пословним планом за планину Тару и њено окружење; Мастер план с пословним планом развоја туризма Власинског језера; Пословни (мастер) план туристичке дестинације Златибор-Златар; Мастер план развоја туризма Ново Милошево; Стратегијски мастер план за подручје општина Бач, Бачки Петровац, Бачка Паланка; Мастер план за туристичку дестинацију Бесна Кобила; Мастер план за туристичку дестинацију Сремски Карловци са Фрушком гором - Министарство привреде, Сектор за туризам, на дан 26.09.2013. <http://www.turizam.mfp.gov.rs/index.php/sr/2010-02-11-19-39-09/2010-03-04-09-49-51/2010-01-19-12-40-15>

1.3.14. Питања и констатације о улози међународних организација и институција у развоју туризма

Међународне организације требало би да помогну Србији, тако што би стале иза ње, и путем средстава масовног информисања известиле јавност о тренутном статусу / садашњој ситуацији у земљи, и о томе шта Србија може да понуди. За Србију је неопходно да буде укључена у све међународне институције и да буде активан учесник у изради стратешких планова.

Потребно је интензивније и активније учешће Србије у међународним пројекте, као и интегрисање земаља у региону у циљу стварања заједничког туристичког производа. Све што се може постићи путем размене информација и добрих искустава, помоћи ће напретку земље/региона/заједнице. Пројекти из области туризма се могу добити уз подршку ЕУ, СБ и других међународних финансијских институција, међутим, код нас нема пројеката чијом реализацијом се могу очекивати задовољавајући економски ефекти. Најбољи пример је хотел Стара планина где наш туристички менаџмент није успео да постигне рентабилност пословања. Можда се пример Falkensteiner хотела Стара планина и његово изнајмљивање (франшиза) може искористити и за неке наше бање.

Србија се треба усредсредити на коришћење помоћи приступних фондова ЕУ и средстава других међународних институција, за развој малих и средњих предузећа, јер привредни развој, па тиме и туристички треба да се гради управо на партнерствима и јачању мрежа малих и средњих предузећа.

2. АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА И ЗАКЉУЧЦИ АНКЕТНОГ ИСТРАЖИВАЊА

1. Развој туризма је подржан и подстакнут од стране великог броја међународних организација и институција које делују у туризму. У анкетном истраживању је набројано око тридесетак међународних организација и институција у туризму, али то очигледно није коначна листа свих, него само важнијих институција. Поред оних које се директно баве проблемима везаним за привредне и друштвене делатности значајне за туризам (као што су: IH&RA, FUAAV, WATA, WTTC, WFTGA, ISO/TC 228, ISTO, Светски комитет за етику у туризму и друге), запажено место заузимају и струковне међународне организације, које су укључене у различите сегменте туризма, у односу на то за шта је свака од њих специјализована (UNESCO, WHO, IATA, FIA, IUCN, FITEC, СБ, IBRD) и регионалне организације (EuroGites, FEG, ВАНА, DTC, ЕСТАА, BSEC, CEI, ЈЛ, ВАФТА, СЕ, ПАТА). Неке су више оријентисане нпр. на рурални, здравствени, спортски или неки други вид туризма, док су друге специјализоване за решавање питања или проблема везаних за одређен тип стандарда који се користе у хотелијерству, ресторатерству, или на пример за либерализацију и промовисање туризма, итд.

UNWTO, као специјализована агенција УН за туризам има највише овлашћења, одговорности и обавеза у области туризма и највећи утицај на развој одговорног, одрживог и приступачног туризма.⁵²⁸

Међу најбитнијим организацијама и институцијама су свакако и националне и регионалне туристичке организације, које имају непосредан увид у развој туризма једне земље и разноврсније могућности практичног деловања.

2. Добре стране сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму одражавају се највише у домену рада на пројектима, информисања и креирања стандарда. Према досадашњим искуствима учесника анкете, финансијска улога није дала довољно снажан подстицај развоју туризма, бар не у нашем региону, тако да је сасвим неочекивано доспела у други план. Реална очекивања више су окренута ка користима које нису опипљиве, као што је информисање и саветовање, док озбиљније инвестиције у туризам за сада заобилазе овај део Европе.

Поред поменутих, присутни су и други видови сарадње, као на пример у уједначавању мера националне јавне политике у домену развоја туризма међу различитим земљама, затим при размени добре праксе, у едукацијама, културној и научно-истраживачкој сарадњи, промоцији, умрежавању, интегрисању, решавању питања жалби и поравнања, подстицању боље организованости и укупног развоја туризма.

⁵²⁸ Проф. др Горан Петковић, који је био шеф делегације Републике Србије на 94. седници Извршног савета UNWTO, нагласио је „да је велики успех за српски туризам и Србију уопште, што као чланица UNWTO има могућност да утиче на правце развоја и промоцију на међународној туристичкој сцени, и уједно прати светске туристичке трендове“. Извор: Министарство финансија и привреде-Република Србија, Вести: *Петковић у Мадриду потписао уговор о организацији* 95. Седнице Извршног савета UNWTO, 01.02.2013.

Међу анкетираним лицима је заступљено мишљење да је сарадња са међународним организацијама препорука од непроцењиве важности за иступање пред другим земљама, финансијским организацијама и другим страним институцијама, јер са поправљањем рејтинга земље код међународних организација и институција, те је лакше конкурисати и учествовати у разним другим пословима. Можемо закључити да је сарадња са међународним организацијама и институцијама значајним за развој туризма, посебно оним важнијим по пресеансу, односно из окриља УН, заиста и најбоља препорука за одобравање кредитних линија, реализацију заједничких пројеката и друге облике развојне сарадње.

3. Слабих страна сарадње са међународним организацијама и институцијама има готово колико и добрих, а неке од њих су: недовољан утицај чланица на њихов рад; слабости политика (тешкоће у усвајању и примени предложених политика); политике међународних организација у области туризма нису правно обавезујуће; приоритети се дају више појединачним мотивима / користима, него колективним; лоша координација и комуникацијски проблеми; подизање нереалних очекивања у земљи домаћину; недовољна присутност на националном нивоу; сувише генерални приступ и слабо разумевање специфичности посебно пројектног подручја или земље; и др.

Везе међународних са организацијама на дестинацијском и регионалном нивоу, иако су неопходне (јер се ту заправо одвија туризам) често не постоје из процедуралних разлога (иако ове друге поседују веома важна изворна знања о локалним туристичким могућностима и слабостима). Регионалне / локалне специфичности често се игноришу. Исто је и са малим земљама, које су финансијски зависне, а нису на листи приоритета водећих међународних организација, тако да су ефекти такве сарадње доста скромни, слаби или уопште изостају.

4. Инструменти који су на располагању међународним организацијама у туризму су врло разноврсни и имају далекосежан утицај, као на пример: политике регулације, организационе политике, инвестиционе политике, инструменти који утичу на понашање корисника услуга и други.

Сада већ бројне иновације у туризму, неби биле могуће без инструмената међународних организација, као што су нпр. (глобални) компјутерски резервациони системи авио-карата, букирање смештајних капацитета, плаћања туристичких услуга путем електронских картица (електронског новца), картице уз помоћ којих се остварују различите погодности (интер-рејл картице, зелени картон и сл.), стандардизација услуга у туризму, уједначавање дефиниција и упоредивост података у области статистике (која је још увек у фази ширења, али су поређења већ сада далеко лакша), заштита културне баштине и биосфере (од стране UNESCO и ЕУ), итд. Из поменутих примера закључујемо, да примена инструмената међународних организација и институција у туризму има снажне ефекте на омасовљавање и развој туризма у свету, уколико се широко прихвате, званично одобре и доследно примене у међународном и националном законодавству, и ако се не исполитизују. Стога, не чуди оцена у истраживању, да је ефикасност инструмената међународних организација у туризму на нивоу просека или изнад. Извесне резерве према начину коришћења инструмената постоје, када се узму у

обзир крутости у одлучивању међународних организација и целокупан бирокаратски систем.

5. Иако Србија има енормне потенцијале за развој туризма, они су генерално у лошем стању, почев од: техничких потенцијала (саобраћајне инфраструктуре), људских (оспособљености за комуникацију и рад у туризму, припремљености локалне заједнице), финансијски (туристичка предузећа су у дуговима који их гуже, недостаје инвестициони и обртни капитал), итд. Због тога се стање у туризму се оцењује лошим. У недостатку сопствених извора, потребно је стварање услова за већа инострана инвестициона улагања у објекте туристичке понуде.

Параметри о туристичком промету домаћих и страних туриста, иако у порасту, још увек имају минималан утицај на економски и привредни развој државе. Степен развијености туризма је низак и није сагласан са могућностима земље, а још мање са оним што пружа савремено светско тржиште. Потребно је више радити на рецептивном туризму.⁵²⁹

6. Туристичка понуда Србије није довољно прилагођена ни домаћем тржишту, ни блиским емитивним тржиштима, а још мање масовном иностраном туризму, јер не може да одговори хетерогеној и еластичној тражњи. Србија нема туристичке производе који би задовољили туристичку тражњу (домаћу и инострану).

Недостају истраживања о тражњи и потребама туриста. Тражња је слаба, а допринос потцењивању вредности српског туристичког производа дају и домаће туристичке агенције. „Српски туризам би могао да заузме много већи удео на економском тржишту, али понуду треба додатно прилагоди потребама туриста. За његов развој неопходна су улагања у инфраструктуру и већа промоција многобројних туристичких и археолошких локалитета, као што су Дунав и Виминацијум“ према мишљењу представника Делегације ЕУ у Србији Хосе Антонио Гомеза.⁵³⁰

7. Страна улагања јесу присутна у Србији, али не у мери да значајније утичу на развој туризма. Позитивних примера има, а то су страна улагања у развој културно-историјских места, хотела (смештајну понуду) и туризам дуж Дунава. Са друге стране, делимично је побољшана комунална и туристичка инфраструктура и супраструктура. Међутим, број туриста се није видно повећао.

Недостатак инвестиција последица је пре свега нестабилне економско-политичке ситуације у земљи, неодговарајућих прописа и компликованих услова за пословање целокупне привреде, а између осталог и туристичке привреде (због административних процедура, дестимулативне пореске политике, и слично). Генерално, страна улагања представљају значајан вид допуне сопствених средстава, али је тај утицај на туристичку привреду минималан.

8. Србија има закључене билатералне споразуме о сарадњи у области туризма са: Албанијом, Белорусијом, Бугарском, Чешком, Финском, Грчком,

⁵²⁹ „Грађани Србије су 2011. године потрошили 1,14 милијарди долара на путовања у иностранство, што је 17% више него 2010. године“, „суштина је да не схватамо озбиљно туризам као фактор укупног привредног развоја Србије и значајан фактор смањења дефицита платног биланса“ као што је истакао Проф. емеритус Слободан Ункович, на конференцији „Индустрија туризма и спољнотрговински дефицит“ у августу 2012. године.

⁵³⁰ Дневни лист Политика, „Од туризма милијарда долара“, 30.08.2012.

Ираном, Кипром, Немачком, Пољском, Португалијом, Румунијом, САД, Сиријом, Словачком, Шпанијом, Турском, Украјином; на основу којих се одвијају бројни програми заједничке (билатералне) сарадње. Успешна билатерална сарадња на пројектима одвија се и са Аустријом, Хрватском, Холандијом, Јапаном (преко ЈСА), Канадом, Мађарском, Словенијом, Швајцарском, Шведском (SIDA) и Данском.

Развоју туризма Србије најзначајнији допринос даје ЕУ (према мишљењу 78% испитаника у анкети) кроз инструмент претприступне помоћи - IPA програм. Реализовано је мноштво пројеката, од којих су неки директно, а неки индиректно везани за туризам. Програм прекограничне сарадње ЕУ, подстиче развој и унапређење сарадње у туризму (између земаља кандидата или потенцијалних кандидата и држава чланица ЕУ) Србије са БиХ, Црном Гором, Хрватском, Мађарском, Румунијом и Бугарском.

Заједничке пројекте Србије, Хрватске, Румуније, Бугарске, Украјине и Молдавије на Дунаву (формиране су три велике руте: „Пут римских царева“, „Путеви вина“ и „Тврђаве на Дунаву“; а ради се на развоју „Активног туризма дуж Дунава“, „Руралног туризма дуж Дунава“), помаже и Немачка организација за међународну сарадњу (GIZ). Пример индиректног развоја туризма је пројекат „NEWADA“ – Мрежа дунавских администрација за пловне путеве, у који је укључено осам земаља, с циљем унапређења ефикасности коришћења Дунава, као паневропског Коридора VII, а кога финансира ERDF и ЕУ (из IPA програма).

Агенција САД за међународни развој (USAID) спроводи Програм за одрживи локални развој, при чему помаже развој туризма на подручју целе Србије.

Међу осталим међународним организацијама и институцијама са којима сарађује Србија, а које су битне за развој туризма, су: UNWTO, UNDP, UNICEF, IN&RA, СБ, SDC, и др; затим факултети, невладине организације, институти, итд.

Са организацијама из окриља УН, Србија сарађује нарочито са UNWTO, у свим аспектима карактеристичним за ову организацију, а када се говори о пројектима, урађен је веома важан пројекат развоја руралног туризма.

9. Према резултатима анкете, међународни стандарди у туризму су уграђени у домаће законодавство, али се не примењују у пракси. На пример, када се ради о категоризацији смештајних објеката, законска регулатива је усаглашена са међународним стандардима, али су у пракси често присутна одступања. Када је реч о Закону о туризму Републике Србије и пратећим подзаконским актима, они су усклађени са прописима ЕУ, али се европски стандарди не примењују у пракси, што значи да је неопходно радити на њиховој практичној примени.

Неки појединачни предузетници, као нпр. хотелијери, прате међународне стандарде и примењују их, али се то не може тврдити за целокупну туристичку привреду и све туристичке производе. Шта више, у области квалитета туристичких услуга, коришћења информационих технологија у туризму и категоризације хотелских капацитета, Србија заостаје за европским стандардима.

10. Туристичка привреда Србије, остварује слабе резултате, према мишљењу 58% испитаника у истраживању. То потврђује податак да Србија тренутно остварује 67% промета оствареног у 1988. години, што дакле није ни приближно могућностима Србије као туристичке дестинације. У постојећим условима

економске кризе и општих ограничења у нашој, и земљама у окружењу, мишљења су да се не могу очекивати бољи резултати.

Процењује се да би туризам могао бити друга грана која остварује суфицит у размени са светом (после пољопривреде), за разлику од тренутне ситуације, у којој су наши грађани на путовања у иностранство потрошили 791 милион евра, што је око 60 милиона евра више од оствареног туристичког девизног прилива (у 2011. години), према подацима Народне банке Србије. Грађани Србије сваке године у Грчкој оставе око пола милијарде евра, а у Црној Гори око 250 милиона евра.

Србија поседује компаративне предности у домену еколошког и бањског туризма. Дакле, потребно је креирати туристичке производе који су сагласни расположивим антропогеним и природним ресурсима, као и више фаворизовати везане аранжмане, да би се додатно увећали ефекти од туризма.

11. Главни проблем туристичке привреде Србије лежи у недостатку финансијских средстава, што је нарочито последица недовољне подршке државе, а то је последица кризе која траје дуги низ година.

Друга група проблема последица је високих пореских оптерећења туристичке привреде и недовољних стимулација, а поред тога, важећа правна решења у туризму нису довољно атрактивна за инвеститоре.

Од осталих узрока проблема у туристичкој привреди, међу најбитнијим се сврстава недостатак свести о туристичким потенцијалима и могућностима Србије и недостатак специјализованих људских ресурса за нова занимања у туризму, нове тржишне нише и туристичку понуду усклађену са преференцијама савремених туриста.

12. Извори финансијских средства за развој туризма Србије су разноврсни, иако недовољни, а то су: буџет Републике Србије; средства јавног и приватног сектора; инострани фондови, итд. Буџетска средства Републике Србије, одобравају се са циљем да се подстакне развој туризма, у виду бесповратних и субвенционисаних средстава, а намењена су: побољшању туристичке понуде, промоцији, едукацијама, побољшању туристичке инфраструктуре и супраструктуре, повећању смештајних капацитета, пословању у области туризма, организацији туризма Србије, и др.

Средства из буџета Републике Србије издвајају се и за финансирање развојних пројеката, израде различитих студија у области туризма, за рад туристичких организација. Ова издвајања би требало повећати, како би се појачао административно-институционални оквир за развој на регионалном, односно локалном нивоу.

Најважнији циљ финансирања од стране јавног сектора би требало да буде отклањање недостатака у домену инфраструктуре. Тешко је проценити потребна средства за уређење ресурсне и материјалне основе, која залази у област других, комплементарних делатности у туризму.

13. Будуће правце деловања Србије у туризму треба усмерити на: привлачење водећих хотелских ланаца; брендирање; успоставити ексклузивне туре за различите циљне групе; коришћење превоза по нискотарифним ценама; снажније промоције на тржишту ЕУ и Русије; активирање руралних предела; осмишљавање културних рута; повећање квалитета и стандардизацију туристичке

понуде; инвестирање у инфраструктуру, кадрове и садржаје; учествовање у пројектима развоја туризма и сл.

Основа за будуће стратешке правце деловања Србије у туризму су Стратегија развоја туризма Републике Србије, Мастер планови, Дунавска стратегија и документима UNWTO.

„Према редигованој стратегији, Србија ће наредних година подстицати развој пословног, градског, руралног и планинског туризма. Развијаћемо и туризам на Дунаву и тематске кружне туристичке туре, као што је пут Римских царева, којим ће туриста из Београда и других великих градова стизати у унутрашњост Србије, где постоји добра туристичка понуда“ - проф. др Горан Петковић.

Проф. емеритус Слободан Унковић, сматра да „није довољно имати стратегију развоја туризма, него је треба иновирати. Осим тога, потребно је мерама економске, кредитне, фискалне, земљишне и промоционе политике, али и свим другим инструментима утицати на развој туризма.“⁵³¹

«Да би туристички капацитети водили расту и креирању радних места потребно је да буду праћени јаком подршком јавних политика.»⁵³² (Taleb Rifai, Генерални секретар UNWTO, July 2012).

⁵³¹ Тањуг, „Туризам може да нам смањи дефицит“, 24.05.2012.

⁵³² UNWTO, *World Tourism Barometer*, Volume 10, July 2012, p. 4 - According to UNWTO Secretary General, Taleb Rifai, The role of public policies to implement national tourism strategy in essential : “The capacity of tourism to drive growth and create jobs needs to be accompanied by strong supportive public policies” (Taleb Rifai, Генерални секретар UNWTO, Madrid, July 2012).

ЗАКЉУЧАК

Процес глобализације и информатичког повезивања подстиче интеграционе процесе у туризму, тако да се добија утисак да ко није „унутар“ међународних организација, интеграција и институција, налази се у далеко слабијој позицији у отвореној тржишној утакмици. Такве околности додатно отежавају положај малих земаља, на путу развоја, па се као рационално решење намеће укључивање у интеграционе процесе и коришћење погодности које проистичу из чланства у међународним организацијама и институцијама.

Услед интердисциплинарног карактера, у туризму делују бројне међународне организације општег карактера и специјализоване међународне организације усмерене на развој туризма као ужег подручја интересовања и ангажовања. Њихово деловање могуће је ближе одредити, те тако са територијалног аспекта, говоримо о светским (универзалним/међународним) и регионалним (европским, азијским, афричким, америчким, средње-источним) организацијама. Са аспекта директног или индиректног ангажовања у туризму, можемо говорити о међународним организацијама општег карактера (које су на одређени начин повезане са туризмом), међународним туристичким организацијама и међународним финансијским организацијама. Међународне туристичке организације се разликују по широј или ужој специјализацији, односно сегменту деловања у туризму. Начин и облик деловања међународних организација и институција одређују оснивачи, који с једне стране могу бити поједине земље, односно државе, а с друге стране професионалне групе и појединци. Професионална тела у туризму, имају сопствени интерес за организовањем на регионалном и светском нивоу, прво као реакција на владине интервенције, и друго, из сопствених практичних потреба и разлога, који проистичу из професионалне сарадње и колективних активности, у специфичним делатностима.

Идеалне форме туристичке организације нема, али постоје два универзална захтева: да организација буде прилагођена регионалним и локалним административним границама; и да постоји добра координација и сарадња на свим нивоима јавне власти, посебно уколико дестинација има јасан сопствени идентитет, односно уколико марка/бренд доноси екстра профит за цело подручје.

Како организациона структура туризма повезује бројне учеснике из јавног и приватног сектора, тако се може говорити о друштвеном, привредном, струковном, државном и међународном нивоу организације туризма. Друштвени ниво организације туризма, повезује друштвене субјекте емитивног и рецептивног карактера (туристичка удружења, непрофитне друштвене организације); привредни остварује везе привредних субјеката (привредне коморе); струковни се дешава унутар исте професије; државни покрива административна тела и институције државне управе; и међународни, повезује истоврсне субјекте из разних држава према различитим критеријумима. Познавање типичне организационе структуре и нивоа организовања туризма, присутне у свету, код већине европских земаља, па и у Србији, једноставно и јасно упућују на место и начин решавања специфичних питања везаних за раст и развој туризма.

МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И ИНСТИТУЦИЈЕ ЗНАЧАЈНЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

Највећи значај и утицај у свету имају међународне организације и агенције из окриља Уједињених нација, било да су директно или индиректно укључене у питања од значаја за развој туризма, а то су: Светска туристичка организација, Организација УН за образовање, науку и културу, Програм УН за животну средину, Програм за развој УН, Конференција УН о трговини и развоју, Светска здравствена организација, Међународна организација цивилног ваздухопловства, Статистичка комисија УН, и друге.

Од туристичких организација, удружења и алијанси које се директно баве питањима везаним за туризам, на међународном нивоу значајне су: Светски савет за путовања и туризам, Међународна туристичка алијанса, Светска федерација удружења туристичких агенција, Међународно удружење научних експерата у туризму, Међународна федерација новинара и писаца из области туризма, и друге, а на регионалном нивоу (европске организације): Европска туристичка комисија, Европска федерација за сеоски туризам, Савез националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања у ЕУ, Асоцијација европских туристичких оператера, и друге струковне туристичке организације, које зависно од својих специфичних области деловања, брину о пружању одговарајућих услуга: смештаја и исхране, организације путовања и превоза, заштите и презентације природних и друштвених ресурса, те научних, менаџерских, медијских и других стручних услуга.

Сваки регион света има своје туристичке организације, удружења и алијансе, које су веома популарне, као што су у Европи: Eurogites, ECOVAST и друге, значајне за различите сегменте развоја туризма. Регионално у Европи, највећи утицај има Европска унија, преко својих органа: Европске комисије, Европског Парламента, Савета ЕУ, Регионалних комитета и Европског економског и социјалног комитета; потом иницијативе у ЈИ Европи, те институционални облици сарадње у Подунављу. Скоро све европске организације општег карактера (СЕИ, Радна заједница подунавских земаља и друге) имају радне групе за туризам и подстичу туризам мултилатералном сарадњом заснованом на очувању националних специфичности. Оне се баве заједничком промоцијом земаља чланица, обједињују туристичку понуду регија на међународном нивоу, израђују заједничке итинерере, решавају питања везана за саобраћајну и другу инфраструктуру, брину о заштити природних и културних ресурса, те предузимају разне друге мере. Како бројни заједнички интереси повезују земље у нашем региону (нпр. за развојем заједничких програма, стратегија и промотивних активности, разменом информација, података и искустава, итд.), тако да би се могло очекивати јачање сличних организација за развој туризма на Балкану, и уопште чвршће повезивање земаља региона око заједничких развојних питања.

Све наведене међународне и регионалне организације и институције битне су за развој туризма Србије. У случају Србије и земаља у региону, међународне организације и институције у туризму имају веома изражене активности на припреми и реализацији пројеката, те информисању и креирању стандарда. С обзиром да у области туризма управљају донекле различитим питањима, и да се

њихове одговорности и мандати допуњују, потребно је познавање њихових специфичности - што је у раду детаљно истражено за сваку појединачну организацију и институцију, како би се на адекватан начин користиле за развој квалитетног и савременог туризма Србије.

ФИНАНСИЈСКА СРЕДСТВА ПОТРЕБНА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

За одржавање постојећег стања у туризму, а још и више за његов развој, неопходна су велика финансијска улагања, што захтева добру и плодотворну сарадњу са финансијским организацијама, банкама и удружењима, које су спремне не само да улажу финансијска средства, него и да се укључе у велике развојне пројекте, као што је случај са институцијама из Групе Светске банке (IFC и MIGA), Европском инвестиционом банком (EIB) и Европском банком за обнову и развој (EBRD). Потребне туризма, када су у питању финансијске организације и институције, односе се на посебне пројектне линије (за истраживање и израду студија) и инвестиционе кредите.

Група СБ највећим делом покрива пројекте из сектора инфраструктуре (путеве, железницу, авиосообраћај и слично), јер квалитетна инфраструктура је кључни предуслов за масовнији развој туризма, али и за функционисање других грана привреде које су нераскидиво везане за пословање туристичке привреде.

Србија има прилику да користи и средства Структурних фондова ЕУ, те да их усмери у побољшање квалитета туристичке инфраструктуре, заштиту окружења и професионалну обуку, односно да учини додатни помак у квалитету пословања туристичке привреде.

Поред наведених институција, Србија своје сараднике треба да тражи и на билатералном нивоу, јер велики број земаља има званична представништва у Србији и веома је заинтересован за укључивање у најразличитије пројекте који се односе на туризам, а посебно пројекте обнове и реконструкције историјског и културног наслеђа Србије. То се нарочито односи на оне земље чији је неки део историје везан за Србију и оне које налазе своје специфичне интересе у Србији, те су вољне да се ангажују на обнови нпр. тврђава на Дунаву, бања и лечилишта, старих градских језгара, споменика културе, и слично. У успешно спроведеним пројектима у Србији се показало, да снага ефикасне билатералне развојне сарадње, лежи у редовним консултацијама са развојним партнерима, од момента мапирања до момента реализације пројеката.

Секторска расподела међународне помоћи је последњих година била условљена мерама за ублажавање последица економске кризе у Србији, што је разлог да је релативно мањи део средстава усмераван ка туристичком сектору. Највећи део средстава Владе одобрен је за подстицање ликвидности привреде и повећање домаће тражње. Значајна средства су искоришћена за инфраструктурне пројекте и мере за одржавање ликвидности финансијског сектора, како би се очувала макрофинансијска стабилност земље.

Светска финансијска криза, која се у Србију прелила 2008. године, довела је и до драстичног успоравања страних директних инвестиција у Србији. Сличну судбину, што се тиче страних директних инвестиција, су имале и друге земље у

региону: Хрватска, Бугарска, Румунија, Црна Гора и друге, тако да је Србија, заправо делила судбину региона. Примењени модел привредног опоравка, заснован на привлачењу страних директних инвестиција кроз приватизацију, није дао очекиване резултате. Због ниске почетне стартне основе и лошег стања у привреди, у годинама које су претходиле приватизацији, те неадекватног концепта развоја током саме приватизације, очекивања од страних директних инвестиција само су делимично испуњена.

Туристичкој привреди Србије неопходна су додатна финансијска средства за стварање/испуњавање базичних предуслова за развој туризма и за даље специфично унапређење и диференцирање понуде. Да би се то десило, потребно је веће коришћење расположивог потенцијала у туризму, и од домаћих и од страних туриста, и веће учешће туризма у ВДР.

ИНСТРУМЕНТИ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА У ТУРИЗМУ И ЊИХОВА ЕФИКАСНОСТ

Међународне организације и институције, путем инструмената који им стоје на располагању, а глобално су дефинисани и прихваћени, значајно мењају и реформишу туристичку привреду, како у свету, тако и у Србији. Многа питања у туризму решавају се договарањем, преговарањем, изразом, усвајањем, применом и контролом примене међународних аката, те приступом који има формални и обавезујући карактер.

Инструменти који су на располагању међународним организацијама у туризму су врло разноврсни и имају далекосежан утицај, а обухватају: мере (економске, правне, социјалне и др.); документе (конвенције, декларације, протоколе, резолуције и слично); статистичке анализе (статистичке базе података о туристичким кретањима, оцене генералних кретања, процене будућих тенденција и слично); стручне скупове (конференције, научне скупове, конгресе, семинаре и друго) и политичко лобирање.

Ефикасност ових инструмената зависи од апсорпционе могућности и мотивације чланица (корисника, партнера, привреде), а њихова примена има снажне ефекте уколико се широко прихвате, званично одобре/потврде и доследно примене у међународном и националном законодавству. Међутим, иако се међународне организације и институције у туризму оснивају с циљем деловања на неком ужем, конкретном, пољу/области, и ради решавања конкретних проблема у дотичној области, дешава се да се временом оне бирократизују и стварају разне врсте ограничења према чланству (од ригорозних услова пријема, прописивања чланарина/партиципација, итд.), што отежава сарадњу са националним, регионалним и посебно локалним туристичким организацијама и институцијама. Нит која везује међународне организације и чланице, не ретко се прекида размимоилажењима у интересима, циљевима, ставовима.

Међународне организације и институције у туризму, као предлагачи мера и креатори будућих праваца развоја, кроз сопствене научно-истраживачке процесе у туризму и генерална усмеравања развоја, имају битан утицај на националне економије. Њихова ефикасност се може сагледати и квантитативно и квалитативно

кроз: развој / побољшање туристичког производа, број међународних туриста, туристичке приходе, заштиту / унапређење природног окружења, и др.

ХАРМОНИЗАЦИЈА ИНСТРУМЕНАТА ТУРИСТИЧКЕ ПОЛИТИКЕ СРБИЈЕ И ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ

Хармонизација инструмената туристичке политике је процес који подразумева усмеравање туристичке политике, праћење туристичких кретања и параметара у туризму, прилагођавање туристичке регулативе, либерализацију туристичких услуга, те доношење мера за развој туризма.

Законска регулатива у туризму Србије (Закон о туризму Републике Србије и пратећа подзаконска акта) постоји, и даље се надограђује у складу с практичним потребама појединих сегмената туризма и савременим међународним стандардима и праксом. С обзиром да се држава појављује као потписник и гарант закона (и међународних аката), то истовремено значи да треба да обезбеди њихово поштовање и доследну примену. Проблем може да представља врло крхко стање туристичке привреде, недостатак инвестиционих средстава, слаба мотивисаност радника у туризму (зараде радника у туризму су међу најнижим у Србији), одлагање проблема за боље дане, док се привреда земље не опорави од вишедеценијских криза, итд. Србија се сусреће и са проблемом квалитета целокупне инфраструктуре (путева, железничке инфраструктуре, инфраструктуре лука, инфраструктуре авио-транспорта). Са друге стране, у значајно бољој позицији је када је реч о телекомуникацијама (према доступности фиксних телефонских линија и броју корисника мобилних телефона), с обзиром на развијеност оптичке мреже и процес дигитализације.

Да би обезбедила подједнак ниво квалитета услуга у туризму свих својих чланица, ЕУ низом пројекта у различитим сегментима туризма (нпр. технолошки развој, проширивање знања у туризму, информисање, рурални развој, итд.), настоји да подигне стандард услуга, бар на ниво договорених обавеза, али често и изнад тог нивоа, путем престижних програма, какав је нпр. Плава заставица, Зелена планета и слично. Уклапајући се у савремене тенденције, прихваћен је и концепт "туризам без граница". На захтеве и интервенције туриста реагује се брзо и ефикасно, а то је опет резултат поштовања стриктно дефинисаних правила и процедура (нпр. у случају кршења уговорених обавеза).

Како је за Србију неопходно да се повећа и домаћа и инострана туристичка тражња, односно да се ојача рецептивна улога туризма, потребно је и даље радити на перманентном праћњу европских и светских туристичких стандарда, пажљиво их усклађивати са потребама и могућностима туристичког потенцијала Србије, те користити програме ЕУ у туризму, који су отворени и за учешће Србије.

ЈАЧАЊЕ УЛОГЕ ТУРИСТИЧКЕ ПРИВРЕДЕ СРБИЈЕ

Да би улога туризма у привреди Србије јачала, туризам мора имати јако упориште (односно подршку) и у држави и у привреди и у целом друштву.

На нивоу државе, промене ресора којима се туризам придружује су веома учестале (само у последње четири године Сектор туризма је био саставни део четири различита министарства: Министарства економије и регионалног развоја, Министарства финансија и привреде, Министарства привреде и Министарства трговине, телекомуникација и туризма). Како свака промена организације захтева и одређена поновна прилагођавања, тако су се у туризму Србије постепено губила радна места, затварали објекти, занемаривала инфраструктура и слично, те уместо да је туристичка привреда постизала све боље резултате, они су се углавном задржавали на истом нивоу (једне године су били мало бољи, друге мало лошији, али у просеку су непромењени).

Јачање улоге туризма и постизање мултипликованих ефеката захтева окупљање свих заинтересованих актера, од државне управе, до јавног и приватног сектора. То се огледа у успостављању узајамне сарадње, информисања и предузимања заједничких активности са туристичком привредом, организацијама и институцијама, јавним и приватним сектором на пројектима, као и одређивања будућих праваца унапређења и развоја туризма. Даљи развој претпоставља и постојање одређених база података, студија, анализа домаћег и међународног туризма и других економских прорачуна, у склопу развоја земље.

Неопходно је и праћење и примена међународно прихваћених туристичких стандарда, дефиниција и класификација, као и сарадња са међународним организацијама и институцијама у туризму, у активностима и пројектима који могу да подрже иницијативе науке и привреде у туризму.

У садашњим привредним околностима, важна је стабилност функционисања система и јачање сваког од организационих нивоа (од нивоа државе, до нивоа локалне управе), у смислу надлежности, активности, задатака, планова, програма, пројеката и финансијских оквира за реализацију постављених задатака.

НЕОПХОДНОСТ МОДЕРНИЗАЦИЈЕ САОБРАЋАЈНЕ ИНФРАСТРУКТУРЕ СРБИЈЕ

Да би се могло говорити о дугорочном развоју туризма, изградња, побољшање/осавремењавање и одржавање путне мреже, морају бити приоритетни циљеви.

Инфраструктура железничког саобраћаја (за међународни, домаћи, приградски саобраћај) је у изузетно лошем стању, што се рефлектује у спорости, неудобности и небезбедности путовања. Последњих година, железница великих брзина постаје све конкурентнија на путовањима средње удаљености. У западноевропским земљама развој железнице је пратио општи технолошки напредак, тако да су супротно нашим, путовања безбедна, удобна и тачна. С обзиром и на географски положај Србије, као додатни адут, улагања у развој железнице била би драгоцене како за развој туризма унутар Србије, тако и за већа кретања туриста унутар региона (посебно са нашим суседним земљама). Део туристичке понуде Србије у овом сегменту може да буде и ретко очувана стара железница, за коју у свету постоји велико интересовање и веома је профитабилна.

Јединствен сачуван раритет је железница на Мокрој гори, која је већ уклопљена у туристичку понуду.

Дунав, као најважнија и највећа европска река, део је самосталног туристичког производа Србије, али и део паневропског туристичког производа. Дунав су у своју понуду укључили светски и европски туроператори, па је неопходно побољшање пратеће транспортне инфраструктуре кроз Србију (инвестирањем у изградњу марина, приступ бродовима, обезбеђење сервисних капацитета за речна крстарења и слично) у смислу квалитета услуге и доживљаја за госте – кроз тематске целине. Потребно је инвестирати у изградњу наутичких центара, у већим градовима Србије (Београд, Нови Сад, итд.), и наутичких ресорт центара за успутна задржавања са адекватним спортским, културним или историјским садржајима.

Развојни задатак ваздушног саобраћаја, према европским и светским трендовима, је у изградњи нових аеродрома, бољем повезивању главних европских градова, квалитету услуга и повећању броја нискобуџетних авиокомпанија на српском тржишту. Трендови забележени последњих година упућују на константан раст учешћа ваздушног саобраћаја, на рачун свих осталих видова превоза, мада је у туризму Европе доминантно превозно средство аутомобил, док расте тражња и за крстарењима.

Подстицаји за развој друмског саобраћаја долазе од међународних организација (путем пројеката обнове и изградње путева, мостова, пруга), те као резултат билатералних и мултилатералних споразума са суседним земљама о железничком и комбинованом транспорту.

РАСТУЋИ УТИЦАЈ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ И ИНФОРМАЦИОНОГ ПОВЕЗИВАЊА НА ТУРИЗАМ

Туризам, као грана са свим својим специфичностима и природном тежњом ка глобалном пословању, се јавља баш као плодно тло за послове мултинационалних компанија, инвестиције, уједначавање привредних система и економских политика, што све дубље води ка стварању глобалне туристичке привреде.

Процес глобализације прати развој информационе и комуникационе технологије, која доприноси продорности, пословности и другим интегративним обележјима, укључујући и функцију надзора од стране међународних организација и институција. Тако глобални учесници непосредно диктирају трендове и параметре развоја, одређују политику инвестиција, усмеравају туристичка кретања, кроз своје уобичајне свакодневне задатке.

Глобализација, схваћена као способност прилагођавања "новим структурама" и привредним системима представља изазов, да се буде бољи од другог, боље организован и функционалан. Што пре се схвати овај концепт, те прилагоде активности у туризму тим основним постулатима, пре ће и резултати доћи до изражаја.

Примена информационе и комуникационе технологије, и развој специфичних апликација за потребе туризма, значајно доприносе унапређењу

туристичког пословања. Тако се стварају комплексни односи између оног што се продукује и оног што се дистрибуира у међународном туризму. Примена информационе технологије у туризму, посебно на локалном нивоу (нпр. у руралном, бањском, пословном или неком другом виду туризма), за привлачење туриста готово је непроцењива. Примена компјутерских резервационих система и интернет резервације (смештаја и авиокарата), део су светске свакодневнице, која доприноси бољој попуњености капацитета и већем туристичком промету.

Србија би требало да искористи предности чланства у међународним организацијама и институцијама и да развија туризам у складу са светским туристичким трендовима, користити предности глобализације и информационог повезивања у свету.

ГЛАВНИ ПРОБЛЕМИ ТУРИСТИЧКЕ ПРИВРЕДЕ СРБИЈЕ И МОГУЋА РЕШЕЊА

Према мишљењу 71% испитаника, у истраживању проведеном у овом раду - анкети, стање у туризму се оцењује лошим, али и истиче да Србија има енормне потенцијале за развој туризма. Као главни узроци лошег стања у туризму Србије се наводе: недовољна промоција; недовољна искоришћеност постојећих потенцијала; слаб туристички производ; лоша инфраструктура; неадекватна кадровска оспособљеност; неприпремљеност локалне заједнице; недостатак финансијске и кредитно-монетарне подршке и инвестиција; одсуство приоритета и конзистентне политике; лоша приватизација и генерално лош имиџ земље у иностранству. Постојећа законска регулатива се позитивно оцењује, као и чињеница да се углавном прате европски стандарди. Међутим, проблем је у спорој и тешкој имплементацији законских и подзаконских аката.

Низак степен коришћења домаћих смештајних капацитета, има за последицу лоше финансијско пословање, па због тога, фиксни трошкови капитала и радне снаге имају значајно учешће у укупним трошковима туристичког пословања, што се прелило на цене туристичких услуга, а цене су утицале на смањење домаће тражње, док је инострана тражња, како смо видели из статистичких показатеља још увек недовољна да би се остварили значајнији ефекти од прилива страног капитала. Тако се туризам нашао у зачараном кругу из кога је неопходно што пре изаћи.

Друга група проблема је последица високих пореских оптерећења (намета) туристичке (али и целокупне) привреде, недовољних стимулација и финансијске подршке, те регулативе и процедура које одбијају инвеститоре.

Од процеса приватизације очекивало се да ће допринети побољшању квалитета и конкурентности привредних субјеката у туризму, као и да ће се остварити укупни позитивни привредни ефекти, по питању (раста) ВДР и унапређења укупног привредног амбијента. Међутим, очекивани ефекти приватизације су у многоме изостали, а негативни ефекти се огледају у: слабљењу туризма и угоститељства као привредне гране; запостављању и руинирању објеката, а негде и потпуном затварању; великом отпуштању угоститељско-туристичких радника; драстичном смањењу зарада запослених у туризму и угоститељству, и слично. У великом броју случајева, циљ приватизације је био

прибављање својине над грађевинским земљиштем и објектима ради њихове даље продаје, коришћење у сврхе које немају ништа заједничко са делатношћу привредног субјекта „угоститељством и туризмом“. У условима великих буџетских потреба, приоритет се давао највишој цени, ради остваривања прихода државе и попуњавања буџета, док је развојни аспект запостављен, а кредибилитет потенцијалних власника није провераван.

Од осталих узрока проблема у туристичкој привреди, међу најбитнијим су недостатак свести о туристичким потенцијалима и могућностима Србије и недостатак специјализованих људских ресурса за нова занимања у туризму, нове тржишне нише и туристичку понуду усклађену са преференцијама савремених туриста.

Србија је суочена са проблемом ниске конкурентности, па је у том смислу потребан усаглашен дугорочни систем мера, којим би се стимулисао развој туристичких дестинација и међусекторска сарадња, укључујући и изградњу ефикасног система управљања туристичким дестинацијама, уз пуну сарадњу приватног и јавног сектора.

Када је реч о категоризацији објеката и домаћинства, потребно је поред светских и европских стандарда имати у виду и домаће специфичности, традицију и друге околности. Претераним условљавањем, администрирањем и непрестаним повећавањем броја нових прописа, могуће је да се оде у другу крајност и дестимулишу улагања, односно да законска решења постану препрека за улазак домаћих и страних улагача, као и самих грађана, који се покушавају укључити у неки вид туризма, нпр. сеоски туризам, туризам на салашима (издавањем соба, односно примањем гостију) и слично.

Један од највећих проблема који притиска целокупну привреду Србије је високо заступљена сива економија, која се не може у потпуности искоренити, али се може у великој мери превести у легалне токове. Управо због тога, треба водити рачуна да претерано администрирање и инсистирање на реално тешко остваривим условима, директно води напуштању рада у легалним токовима и прелазак у сиву зону. За сада, значајан део туристичког промета који се оствари у Србији, остаје нерегистрован, а сива економија у туризму је међу најизраженијим, у односу на све привредне гране.

БУДУЋИ СТРАТЕШКИ ПРАВЦИ ДЕЛОВАЊА СРБИЈЕ У ТУРИЗМУ

Развој туризма Србије би требао бити резултат договорених и осмишљених програма, активности и анализа (економског, политичког, еколошког, социо-културног и технолошког окружења), чији је циљ: повећање конкурентности туристичке привреде, повећање девизног туристичког прилива, пораст домаћег туристичког промета, раст запослености, побољшање квалитета живота, дугорочна заштита природних и културних ресурса, развој позитивног имиџа земље, заштита туриста као потрошача, и слично.

Србија још увек има низак ниво туристичких кретања, тј. ниво од пре 1990. године, а утицај туризма на економски и привредни развој државе је минималан.

Велики број ресурса и атракција, није ни укључен у туристичку понуду, а са друге стране често није боља ситуација ни по питању њиховог одржавања и заштите.

Због тога, потребно је развити свест о позитивном утицају туризма на квалитет живота у Србији, указујући на предности туризма и резултате које је могуће постићи знатно брже него код других привредних грана, као што су: веће могућности за запошљавање; повећање (државних и локалних) прихода; раст ВДР; стимулисање развоја локалне трговине и индустрије; запошљавање локалне привреде - занатлија, уметника, музичара; подстицање развоја домаћих производа и ресурса; ширење и диференцирање економије; развој према могућностима подручја; побољшање квалитета живота локалног становништва; креирање позитивног имиџа дестинација у свету; смањења дефицита платног биланса и др. Да би се изашло из зачараног круга који води деградацији туризма, потребно је проактивно деловати у правцу унапређивања позиције туристичког сектора.

Србија би требало да изузетно вредне туристичке капацитете стави у функцију додатне вредности земље (културу, природу, гастрономију, и др.), а у исто време да ради на успостављању чврсте везе између одрживог развоја туризма Србије и глобалног развоја. Стратешке правце деловања треба ускладити и са захтевима савремених туриста, а то значи:

- инвестирати у инфраструктуру и садржаје;
- искористити превоз по нискотарифним ценама;
- успоставити ексклузивне туре за туристе из различитих земаља света;
- осмислити културне руте, са акцентом на традицији и гастрономији;
- активирати руралне пределе и пределе очуване природе;
- подићи квалитет и применити стандардизацију туристичке понуде;
- привући водеће хотелске ланаце;
- радити на упознавању са туристичком понудом земље;
- водити конкурентну политику цена;
- развијати посебне облике туризма;
- подизати образовну структуру запослених у туризму;
- побољшати информациону и комуникациону технологију на нивоу дестинације;
- радити пројекте циљане ка одређеним интересним групама у туризму, итд.

Да ли ћемо развијати елитни или масовни туризам, зависи од нашег опредељења, али у сваком случају треба планирати развој квалитетног туризма. Основа туристичке политике Србије треба да буде прилагођавање туристичке понуде захтевима светског туристичког тржишта, развијање квалитетног туристичког менаџмента, анализа добрих и лоших страна туристичке понуде, развој нових туристичких пројеката и планирање финансијских ефеката. Сва наведена прилагођавања имају утицај на мултипликатор и чине јак темељ да се остваре значајни утицаји на националну економију.

СТРАТЕШКА САРАДЊА СРБИЈЕ СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ИНСТИТУЦИЈАМА У ТУРИЗМУ

Сарадња Србије са међународним организацијама и институцијама најбоља су препорука за остваривање квалитетних развојних циљева у туризму, пошто подразумева укључивање у бројне активности, реализацију заједничких пројеката, обезбеђивање финансијске подршке за остваривање постављених задатака, те успостављање разноврсних облика сарадње.

Најбољи пример, квалитетног партнерског односа Србије са међународним организацијама, је пројекат „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“, који је окупио чак пет агенција УН: UNWTO, FAO, UNDP, UNEP и UNICEF. Предности пројеката који потичу од организација и агенција УН, је у томе што су веома широко постављени и имају амбициозне циљеве, усмерене на побољшање квалитета живота, смањење сиромаштва, покретање питања очувања природне средине, и слично. У пројекту који истичемо као пример, од кључног значаја за туризам Србије била је израда Стратегије за развој одрживог руралног туризма и Националног мастер плана руралног туризма, темељних докумената за развој овог специфичног сегмента туризма. Овакви пројекти УН далеко превазилазе уобичајне билатералне програме, који су концентрисани на специфичније уже области, мада не желимо да умањимо значај билатералних програма, јер и они доприносе укупном развоју туризма. Циљ подршке организација и агенција УН је, да се створи јасан и стабилан систем за управљање даљим развојем, те чврста основа од које се неће одступити. Иако ова подршка има и финансијски значај, тежиште је на циљевима и мерљивим резултатима, а потребна средства се настоје прикупити из што већег броја извора, делом од донатора, делом од земаља чланица, а делом од организација са којима постоји добра узајамна сарадња.

Када је реч о значају појединих међународних организација и институција у туризму Србије, тежиште би требало поставити на регионалне - европске организације и институције, с обзиром да изузетно добро познају ситуацију, могућности и потребе региона, укључујући Србију, те би од њих требало тражити већу подршку за иницијативе у туризму Србије (на пример, путем програма ЕУ, кредита европских банака, пројеката регионалних иницијатива, и слично) и помаке у сегментима који се желе развијати (нпр. туризам на Дунаву, сеоски туризам, бањски туризам, градски туризам, и слично). Чланство у европским организацијама, нпр. HOTREC, ETAG, ETC, EuroGites, ECOVAST, ECHOR, ESPA, EUROPARC Federation, ECF и другим, те иницијативама активним у нашем региону, нпр. CEI, JI, DC, РЗПР, DCC и другим, пружа управо такве могућности. Добре стране сарадње, са поменутих организацијама и иницијативама у туризму, су бројне, и треба их више користити, а неке од њих су: информисање; сарадња на пројектима; креирање стандарда; саветодавна сарадња; размена добре праксе; интегрисање; културна сарадња; научно – истраживачка сарадња; едукација; промоција; утицај на законодавство и уједначавање мера националне јавне политике у домену развоја туризма међу различитим земљама; препознавање туристичких трендова; решавање питања жалби и поравнања; унапређење организованости и ефикасности пословања у туризму; побољшање квалитета услуга у туризму и остваривање већих девизних ефеката, кроз исти обим

туристичког промета; подстицање укупног развоја туризма и умрежавање. Двострука корист таквог приступа је што се Србији отвара могућност да буде активан учесник у развоју и промовисању, и Србије и Европе, као туристичке дестинације.

Основни циљеви међународних организација и иницијатива у туризму, су слични онима које и Србија жели постићи, а то су: економски раст и развој, запошљавање, економска и социјална кохезија, одрживи развој региона, успостављање сарадње и партнерства између главних учесника у туристичким активностима (државе, туристичке привреде – јавног и приватног сектора, друштвених удружења и организација).

Имајући у виду ове заједничке циљеве, сматрамо да је за стабилан развој туризма битна сарадња са међународним туристичким организацијама и институцијама, посебно оним из окриља УН и поменутих европским организацијама и регионалним иницијативама, на перманентној или *ad hoc* основи, у зависности од њихових надлежности, могућности, те заинтересованости да помогну развој туризма Србије.

Општи закључак је да је предвиђени научни допринос ове докторске дисертације остварен. Детаљно су обрађене све битне међународне организације и институције за развој туризма Србије. Указано је на чињеницу да постоје и добре и лоше стране рада међународних организација и институција у туризму, те да је неопходно познавање њихових и предности и недостатака, како би се узајамна сарадње максимално искористила за постизање најбољих резултата - кроз реално дефинисане развојне циљеве и планирање будућих активности. Можемо закључити, да су међународне организације и институције вишеструко битне и неопходне за развоју туризма својих земаља чланица, да имају важну улогу - информативну, саветодавну и едукативну, да окупљају и координирају међусобну политику својих земаља чланица (која се шири у оба смера, од микро ка макро нивоу, и обратно), да креирају заједничке стандарде, те раде на промоцији одговорног, одрживог и приступачног туризма. Већ детаљно разрађени системи функционисања и деловања међународних организација и институција, те примена јединствене методологије праћења туристичких кретања и упоредне статистике, омогућавају оптимално решавање проблема одређених појединих земаља. Да ли је то довољно свакој земљи чланици да развије туризам као снажну привредну грану, у великој мери зависи и од интересовања и ангажовања саме земље чланице, њених апсорпционих могућности, показаног нивоа спремности да сарађује, значаја који придаје туризму и постављених развојних приоритета.

ПРИЛОЗИ

Прилог бр. 1: Струковне туристичке организације, према областима деловања

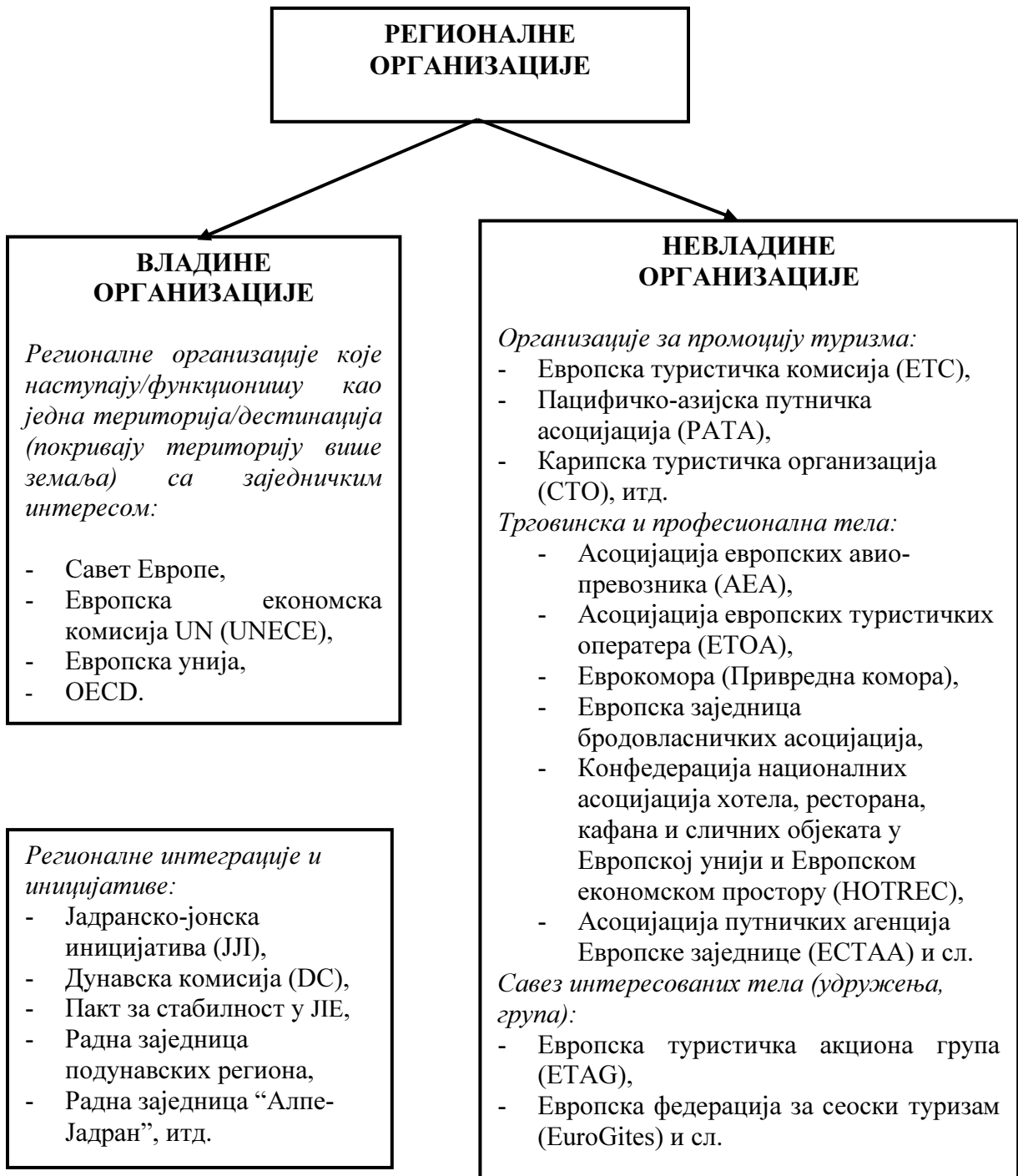
<p>УСЛУГЕ СМЕШТАЈА И ИСХРАНЕ</p> <p>Организације:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ хотелијера, ▪ кампова и забавних паркова, ▪ омладинских хостела и ▪ ресторана. 	<ul style="list-style-type: none"> - Међународно удружење хотела и ресторана (IH&RA) - Америчко удружење хотела и других врста смештаја (AH&LA) - Европско удружење хотела, ресторана и кафана (HOTREC) - Међународно удружење модерних ресторана (EMRA) - Америчко национално удружење ресторана (NRA) - Међународно удружење кампова и забавних паркова (EFCO&HPA) - Међународна федерација омладинских хостела (IYHF) - Федерација удружења хостела за младе EU (EUFED), и сл.
<p>УСЛУГЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ПУТОВАЊА И ПРЕВОЗА</p> <p>Организације:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ туристичких агенција и туроператора, ▪ које пружају посредничке услуге у туризму и превозу. 	<ul style="list-style-type: none"> - Међународно удружење туристичких агенција и организатора путовања (UFTAA) - Савез националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања у ЕУ (ECTAA) - Асоцијација европских туристичких оператера (ЕТОА) - Међународна туристичка алијанса (AIT) - Међународно удружење организатора крстарења (CLIA) - Међународно удружење предузећа ваздушног саобраћаја (IATA) - Међународно удружење аутобусера (RDA) - Светско удружење туристичких агенција (WATA), и сл.
<p>ЗАШТИТА И ПРЕЗЕНТАЦИЈА РЕСУРСА</p> <p>Организације које окупљају разне сегменте туризма:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ градове, ▪ села, ▪ споменике, ▪ бање, ▪ рекреацију, ▪ образовање у туризму и сл. 	<ul style="list-style-type: none"> - Европски конгресни градови (EFCT) - Федерација европских карневалских градова (FECC) - Међународно друштво за еко-туризам (TIES) - Европски центар за еко и сеоски туризам (ECEAT) - Међународно удружење бања (ISPA) - Европско удружење бања (ESPA) - Међународни центар за споменике и споменичке целине (ICOMOS) - Међународно удружење забавних паркова (IAAPA) - Европско удружење туристичких сајмова (ETTFA) - Европско удружење за образовање о туризму и рекреацији (ATLAS) - Европски савет за села и мале градове (ECOVAST), - Савез европских двораца (ECHOR) и сл.
<p>НАУЧНЕ, МЕНАџЕРСКЕ, МЕДИЈСКЕ И ДРУГЕ СТРУЧНЕ УСЛУГЕ</p> <p>Организације:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ научне и стручне институције у туризму, ▪ удружења писаца и новинара ▪ удружења водича, и сл. 	<ul style="list-style-type: none"> - Међународно удружење научних експерата у туризму (AIEST)

Извор: Према истраживању аутора

Прилог бр. 2: Међународне владине и невладине организације у туризму (са директним или индиректним утицајем на туризам)



Прилог бр. 3: Регионалне владине и невладине организације у туризму



Извор: Према истраживању аутора

Прилог бр. 4: Неке значајније етапе у процесу стварања и рада UNWTO

1925	Међународни конгрес званичних туристичких саобраћајних асоцијација, Хаг, Холандија
1934	Међународна унија званичних туристичких пропагандних организација (IUOTPO) је створена у Хагу
1947	IUOTPO је поново основана под називом Међународна унија званичних путничких организација (IUOTO)
1967	На иницијативу IUOTO, Уједињене нације проглашавају 1967 као Светску годину туризма
1970	Чланице IUOTO одобравају формирање унутарвладине Светске туристичке организације
1975	Прва Генерална скупштина Светске туристичке организације је одржана у Мадриду, Шпанији - UNWTO званично почела са радом
1976	Секретаријат UNWTO се сели из Женеве у Мадрид
1979	Одређен је “Светски туристички дан” који се слави 27. септембра сваке године
1980	UNWTO одржава Светску туристичку конференцију у Манили; Манилска декларација о светском туризму је једногласно усвојена
1982	Светска туристичка конференција - усвојен Акапулко документ
1985	Прилагођена туристичка права и туристички код на Генералној скупштини UNWTO, Софија, Бугарска
1989	Унутар-парламентарна конференција о туризму - усвојена Хашка декларација о туризму
1996	Други форум UNWTO о парламенту и локалним властима - усвојена Бали декларација о туризму, Бали, Индонезија
2001	14. Генерална скупштина UNWTO одржана у Сеулу (Јужна Кореја) и Осаки (Јапану)- СЦГ примљена у чланство UNWTO као 139 члан
2003	Трансформација UNWTO у специјализовану агенцију УН
2006	Прва међународна конференција о туризму и занатству, Техеран, Иран
2007	Пети међународни форум за парламентарце и локалне власти, Хамамет, Тунис Друга међународна конференција о климатским променама и туризму, Давос, Швајцарска Прва међународна конференција о туризму, религијама и дијалогу култура, Кордоба, Шпанија 17. Генерална скупштина UNWTO одржана у Колумбији, усвојена Декларација из Давоса
2008	UNWTO и друге агенције УН презентовале Глобалне критеријуме одрживог туризма на Светском конзерваторском конгресу, Барселона, Шпанија На 84. заседању Извршног савета UNWTO успостављен Комитет у туризму који треба да одговори изазовима економског успоравања, Мадрид, Шпанија Инаугурисан Стални секретаријат Светски комитет за етику у туризму, Рим, Италија
2009	На 18. заседању Генералне скупштине у Казахстану усвајају се <i>Смернице за опоравак</i> , као одговор на глобалну економску кризу, као пут за стављање туризма у економски стимулативни пакет
2010	Први састанак министара G20 наглашава допринос туризма глобалном економском опоравку и дугорочној трансформацији ка зеленој економији
2011	На 19. заседању Генералне скупштине усвојена је Бела књига о реформама, како би UNWTO имала важнију улогу

Извор: Истраживање аутора историјске грађе UNWTO, као и према: World Tourism Organization, *UNWTO Annual Report 2012*, UNWTO, Madrid, 2012, p. 59.

Прилог бр. 5: MIGA пројекти у туризму

Инвеститор / Носилац гаранције	Пројекат	Земља домаћин	Износ гаранција (у мил.УСД)
Societe Melienne de Promotion Hoteliere Mali	Compagnie Hoteliere du Golfe	Бенин	1,4
Tomboho International Ltd. Mauritius	Tamboho Hotel	Мадагаскар	0,7
Societe Melienne de Promotion Hoteliere Mali	Societe Burkinabe de Promotion Hoteliere	Буркина Фасо	2,9
Societe Melienne de Promotion Hoteliere Mali	Societe Guineenne de Promotion Hoteliere	Гвинеја Бисао	0,6
Louvre Internationa Ltd. Mauritius	Grand Hotel Du Louvre S.A.	Мадагаскар	2,3
Kingdom 5 KR 71 Ltd. Cayman Islands	Syrian-Saudi Company for Touristic Investment	Сиријска Арапска Република	22,8
The Marvin M. Schwan Charitable Foundation United States	Groupo del Istmo de Papagayo, S.A.	Коста Рика	
Ge.Por.Tur. s.a.s. Italy	Giorgi Alfo Sh.p.k.	Албанија	1,6

Извор: Multilateral Investment Guarantee Agency, World Bank Group, *Tourism brief*, MIGA, February 2010.

Прилог бр. 6: Међународна туристичка кретања, 1950-2006.

Година	Број страних туриста (без дневних посетилаца)		Приходи од међународног туризма (без међународног транспорта)	
	Укупно (милиони)	% промене у односу на претходну годину	Укупно (млрд. УСД)	% промене у односу на претходну годину
1950	25	-	2	-
1960	69	-	7	-
1961	75	8,7	7	6,1
1962	81	8,0	8	10,2
1963	90	10,7	9	10,7
1964	105	16,1	10	13,4
1965	113	7,9	12	15,2
1966	120	6,3	13	15,0
1967	130	8,2	14	8,4
1968	131	1,1	15	3,7
1969	144	9,4	17	12,1
1970	166	15,5	18	6,6
1971	179	7,9	21	16,5
1972	189	5,8	25	18,1
1973	199	5,2	31	26,1
1974	206	3,4	34	8,9
1975	222	8,1	41	20,3
1976	229	3,0	44	9,2
1977	249	8,9	56	25,2
1978	267	7,2	69	23,7
1979	283	6,0	83	21,1
1980	286	1,0	105	26,4
1981	287	0,4	107	2,0
1982	286	-0,4	101	-6,1
1983	290	1,2	102	1,6
1984	316	9,2	113	10,0
1985	327	3,4	118	4,8
1986	339	3,6	143	21,5
1987	364	7,4	177	23,2
1988	395	8,5	204	15,6
1989	426	8,0	221	8,3
1990	458	7,5	268	21,0
1991	464	1,3	278	3,7
1992	503	8,3	314	13,0
1993	518	3,1	323	23,0
1994	553	6,8	353	9,1
1995	568	2,7	403	14,3
1996	600	5,5	438	8,6
1997	620	3,3	438	0,1
1998	636	2,7	442	0,8
1999	664	4,5	466	5,5
2000	680	3,2	475	1,9
2001	684	-0,3	463	1,7
2002	703	2,8	480	3,7
2003	691	-1,7	523	9,0
2004	760	10,0	633	9,3
2005	803	5,5	676	6,5
2006	846	5,4	733	7,7

Прилог бр. 7: Извори финансијских средстава Европске уније за развој појединих области у туризму

Намена средстава	Извори средстава	Фондови и програми
1. Инвестиције	- ЕУ - Остале земље - EIB - EIF	ERDF, EAFRD, INTERREG, URBAN, LEADER+, EFF, Кохезиони фонд, JEV, Медитерански партнери, Латинска Америка и Азија, Заједничке гарантне компаније MGC
2. Маркетинг и извозна промоција	- ЕУ - Земље кандидати за пријем у ЕУ - Остале земље	ERDF, INTERREG, LEADER+, EXPROM, ETP, IPA, Euromarketing Guide
3. Образовање и обука запослених	- ЕУ - Земље кандидати за пријем у ЕУ и друге земље	ESF, EQUAL, URBAN, Leonardo Da Vinči, Socrates, Програм активности за младе, ETP, EURES
4. Сарадња између универзитета и образовних институција	- ЕУ - Земље кандидати за пријем у ЕУ - Остале земље	Socrates, Tempus, IPA, Академско образовање Латинске Америке
5. Пословна подршка услуживању и сарадњи између фирми	- ЕУ - Земље кандидати за пријем у ЕУ - Остале земље - EIB - EIF	Трећи вишегодишњи програм помоћи малим и средњим предузећима, Europartenariat, INTERPRISE, JEV, INTERREG, Tacis, Медитерански партнери, Латинска Америка и Азија, Заједничке гарантне компаније MGC, Euromarketing Guide, Приступ тржишним подацима, Контрола окружења, Еко-контрола, EIC, BC-net, BRE, EBN/BIC Network
6. Сарадња између региона	- ЕУ - Земље кандидати за пријем у ЕУ - Остале земље	INTERREG, URBAN, LEADER+, IPA, Медитерански партнери, Латинска Америка и Азија, URB-AL, Asia-Urbs
7. Културни догађаји који промовишу туризам	- ЕУ - Земље кандидати за пријем у ЕУ	Culture, Media, Европски главни град културе, Европски месец културе
8. Транспорт	- ЕУ - EIF	Кохезиони фонд, Marco Polo
9. Побољшање управљања енергијом и окружењем	- ЕУ - Земље кандидати за пријем у ЕУ - Остале земље	Програми у области енергије, Save, Altener, Life, Кохезиони фонд, Synergie, Energie, Asia-Urbs, Контрола окружења, Еко-контрола
10. Истраживање, развој, информациона технологија	- ЕУ - Земље кандидати за пријем у ЕУ - Остале земље	FP7, CORDIS

Извор: Према истраживању аутора

Прилог бр. 8: Документа UNWTO у функцији развоја туризма

Ред бр.	Назив документа /декларације, повеље, резолуције и сл/	Место	Повод	Ступио на снагу
Документа UNWTO				
1.	Декларација из Маниле о светском туризму	Манила, Филипини	Светска туристичка конференција	октобар 1980.
2.	Документ из Акапулка о праву на одмор	Акапулко, Мексико	Светски састанак о туризму	август 1982.
3.	Повеља о туристичким правима и туристичком коду	Софија, Бугарска	6. Генерална скупштина UNWTO	септембар 1985.
4.	Хашка декларација о туризму	Хаг, Холандија	Интер-парламентарна конференција о туризму	април 1989.
5.	Резолуција UNWTO о превенцији организованог секс туризма	Каиро, Египат	11. Генерална скупштина UNWTO	октобар 1995.
6.	Бели- декларација о туризму	Бали Индонезија	Светски међународни форум о туристичкој политици	септембар 1996.
7.	Декларација из Маниле о социјалном утицају туризма	Манила, Филипини	Светско саветовање руководиоца у туризму	мај 1997.
8.	Општи етички кодекс у туризму	Истамбул, Турска Сантјаго, Чиле	Генерална скупштина UNWTO	1997. на снази од 1999.
9.	Декларација из Хиве о туризму и очувању културног наслеђа	Хива, Узбекистан	Заједнички семинар UNWTO и UNESCO	април 1999.
10.	Аманска декларација о миру путем туризма	Аман, Јордан	Глобални самит о миру кроз туризам	новембар 2000.
11.	Сеулска декларација „Мир и туризам“	Сеул, Кореја	14. Генерална скупштина UNWTO	септембар 2001.
12.	Миленијумска декларација из Осаке	Осака, Јапан	Миленијумска конференција лидера у туризму	октобар 2001.
13.	Декларација о туризму и климатским променама	Ћерба, Тунис	5. Међународна конференција о климатским променама и туризму	април 2003.
14.	Декларација из Давоса о климатским променама и туризму-Одговор на глобалне промене	Давос, Швајцарска	Друга међународна конференција о климатским променама и туризму	октобар 2007.
15.	Декларација о олакшицама за туристичка путовања	Астан, Казахстан	18. Генерална скупштина UNWTO	2009.
16.	Декларација о туризму у медијима	Загреб, Хрватска	Прва међ. конференција о туризму и медијима	2011.
17.	Декларација о туризму као средству за отварање нових радних места	Мерида, Мексико	4. T20 састанак о туризму као средству за отварање нових радних места	2012.

Прилог бр. 9: Међународна документа о одрживом развоју туризма

Ред бр.	Назив документа /декларације, повеље, и сл/	Место	Догађај	На снази од
1.	Агенда 21 за туристичку привреду – у сусрет еколошки одрживом развоју	Рио, Бразил	Конференција УН за животну средину и развој, (Земаљски самит)	јуни 1992.
2.	Повеља из Ланзарота о одрживом туризму	Ланзарот, Шпанија	Светска конференција о одрживом туризму	април 1995.
3.	СВД смернице о биодиверзитету и развоју туризма	Берлин, Немачка	Берлинска конференција о биолошком диверзитету и туризму	1997.
4.	Мале – декларација о одрживом развоју туризма	Мале Малдиви	Азијско-тихоокеанска конференција министара	Фебруар 1997.
5.	Берлинска декларација о биолошкој разноврсности и одрживом туризму	Берлин, Немачка	Међународна конференција о биодиверзитету и туризму	март 1997.
6.	Иницијатива организатора путовања за одрживи развој туризма	ITB-2000	UNEP-DTIE	март 2000.
7.	Декларација из Квебека о екотуризму	Квебек, Канада	Светски самит о екотуризму	мај 2002.
8.	Декларација из Кејптауна – Одговорни туризам у дестинацијама	Кејптаун	Конференција о одговорном туризму у дестинацијама	август 2002.
9.	Повеља из Каирнса о партнерству у екотуризму	Каирнс, Квисленд	Светски самит о екотуризму	новембар 2002.
10.	Декларација из Бабје Горе о одрживом развоју туризма у планинским областима	НП Бабја Гора, Пољска	Међународна радионица за CIEZ	октобар 2002.
11.	Декларација из Маската о изградњи окружења за одрживи туризам	Маскат, Оман	Међународна конференција о изградњи окружења за одрживи туризам	фебруар 2005.
12.	Агенда за одржив и конкурентан европски туризам	Брисел, Белгија	ЕУ COM/2007/0621 final	19.10.2007.
13.	Глобални критерији одрживог туризма	Барселона, Шпанија	Светски конгрес конзерватора (Rainforest Alliance, UNEP, UNWTO)	2008.

Извор: Према истраживању аутора

Прилог бр. 10: Анкета: Улога међународних организација и институција у развоју туризма Србије

1. Које су по вама најбитније међународне организације и институције за развој туризма?

1) Светска туристичка организација 2) Европска туристичка комисија

Додајте остале:

2. Које су добре стране сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму?

1) Саветодавна сарадња 2) Информисање 3) Сарадња на пројектима

4) Креирање стандарда 5) Размена добре праксе 6) Финансијска улога

Допуните:

3. Да ли постоје лоше стране сарадње са међународним организацијама и институцијама у туризму, и уколико постоје које су то?

1) Недовољан утицај чланица на њихов рад 2) Слабости политика

Остале слабости:

4. Који су инструменти међународних организација у туризму и како оцењујете њихову појединачну ефикасност?

1) Предлози мера 2) Заједничка документа – декларације и сл.

Остали инструменти:

Оцена њихове ефикасности:

5. Како оцењујете стање у туризму Србије?

1) Добро 2) Лоше 3) Може боље

Образложење:

6. Да ли туристичка понуда Србије одговара туристичкој тражњи?

1) ДА 2) НЕ

Зашто?

7. Да ли су страна улагања имала видан утицај на развој туризма Србије и можете ли навести неки посебан пример?

1) ДА 2) НЕ

Разлози:

Пример:

8. Са којим земљама (билатерално) и међународним организацијама и институцијама Србија има успостављену сарадњу и одобрене пројекте у туризму?

1) Европска уније 2) GIZ 3) USAID

Земље:

Организације/Институције:

9. Да ли Србија прати међународне стандарде у туризму и колико су они прихваћени и примењени у домаћем законодавству и пракси?

1) Прати а) Примењује у пракси б) Уграђени су у домаће законодавство

2) Не прати ц) Не примењује у пракси д) Нису уграђени у домаће законодавство

Појашњење:

10. Какве резултате постиже туристичка привреда Србије - може ли боље?

1) Одличне 2) Добре 3) Слабе 4) Лоше

Ваше мишљење:

11. Који су главни проблеми туристичке привреде Србије и које су препреке на путу даљег развоја? (Заокружите одговор и појасните)

1) Недостатак финансијских средстава:

2) Слабости закона:

3) Други разлози:

12. Колика се финансијска средства тренутно издвајају за развој туризма Србије, из којих извора, за које намене - да ли су довољна?

13. Који су будући стратешки праваци деловања Србије у туризму?

14. Уколико неко питање нисмо поменули, а сматрате важним или уколико имате Вашу личну констатацију о улози међународних организација и институција у развоју туризма или о развоју туризма Србије, молим да додате?

Молимо за ваше личне податке

1. Име и презиме: _____

2. Институција у којој радите: _____

3. Функција/радно место: _____

4. Држава/град: _____

Место и датум

ХВАЛА

Прилог бр. 11: Учесници анкете

ДОМАЋИ:

Факултети и институти

- Универзитет Сингидунум, Београд
- Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Универзитет Сингидунум, Београд
- Природно-математички факултет, Нови Сад
- Висока пословна школа струковних студија, Нови Сад
- Факултет пословне економије, Универзитет Educons, Сремска Каменица
- Економски факултет, Ниш
- Технички факултет, Бор
- Институт за економику пољопривреде, Београд

Министарства

- Министарство финансија и привреде Републике Србије

Привредне коморе

- Привредна комора Србије, Удружење за туризам и угоститељство
- Привредна комора Београд, Удружење угоститељства и туризма

Регионалне агенције

- Регионална развојна агенција Златибор, Ужице
- Регионална агенција за развој источне Србије

Кластер

Дунавски туристички кластер Истар 21

Удружења

Асоцијација »Спорт за све« Београд
Удружење Млади за туризам

Консултантске фирме/агенције

Агенција Саветник у туризму
CeRRET/ Студио Комбинат

Синдикат

Самостални синдикат угоститељства и туризма Србије

Страна представништва

Немачки координативни биро у Београду - GIZ

СТРАНИ:

Међународне организације општег карактера

- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development (CFE)

Специјализоване међународне организације у туризму

- Светска туристичка организација (UNWTO)
- International Hotels and Restaurants Association (IH&RA)
- European Council for the Village and Small Town (ECOVAST)
- European Centre for Ecological and Agricultural Tourism International, Netherlands (ECEAT)
- European Centre for Ecological and Agricultural tourism, Poland (ECEAT)
- World Travel & Tourism Council (WTTC)
- Светски савез удружења туристичких водича (WFTGA)
- Европско удружење хотела, ресторана и кафана (HOTREC)

Факултети, институти, истраживачки центри

- Универзитет Источно Сарајево
- Факултет за туризам и угоститељство, Охрид
- Факултет за туризам Бар, Универзитет Медитеран
- Swedish School of Economics and Business Administration
- Kyiv University of Tourism, Economics and Law
- Icelandic Tourism Research Centre
- International Centre for Research in Events, Tourism and Hospitality (ICRETH)

Туристичке организације

- Туристичка организација Источно Сарајево
- Национална туристичка организација Црне Горе
- Association of Greek Tourism Enterprises (SETE), GREECE, ATHENS
- Dept of Tourism Philippines

Остало

- Хотелска верига, Словенија
- Wellnes, Корошец
- Vogel Ski Resort, Словенија
- Терме Тополшица
- ХИТ хотели, игралнице, туризем д.д.

Један број анкета прикупљен је на међународном сајму зимске спортске опреме, туризма и рекреације, Ехро-зим 2012, у Београду, 08.12.2012. године. Учесници анкете на Сајму су претежно били представници привреде, односно туристичке организације Марибора, Источног Сарајева, Национална туристичка организација Црне Горе, представници зимских туристичких центара (ски-центри), бањских (SPA & wellness) центара и други.

Прилог бр. 12: Анкета: Листа експерата који су учествовали у анкети о улози међународних организација и институција у развоју туризма (по одабраним земљама)

1. **Антић Бојан**, члан Управног одбора, Удружење Млади за туризам, Београд
2. **Aïdi Ghassan**, President, International Hotels and Restaurants Association (IH&RA), Switzerland, Lausanne
3. **Ateljevic Jovo**, Professor (Management, Entrepreneurship), University of East Sarajevo (Tourism), University of Banja Luka, RS, BANJA LUKA
4. **Барјактаровић Драган**, Професор, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Универзитет Сингидунум, раније: директор ХОРЕС-а, помоћник савезног и републичког министра за туризам, директор Дунав туриста (Метропол, Југославија и Дунав) итд., Београд
5. **Bjork Peter**, Professor, Swedish School of Economics and Business Administration FINLAND, VAASA
6. **Carter Valerie J.**, President, ECOVAST (European Council for the Village and Small Town), UNITED KINGDOM, TENTERDEN
7. **Carvao Sandra**, Communications Coordinator, World Tourism Organization, A Specialized Agency of the United Nations (UNWTO), SPAIN, MADRID
8. **Черовић Слободан**, Редовни професор, Универзитет Сингидунум, Београд
9. **Дабих Ружица**, Заменик директора, ПСД тим лидер, Регионална развојна агенција Златибор, Ужице
10. **Давидовић Немања**, Менаџер, Дунавски туристички кластер Истар 21, Нови Сад
11. **Драгин Александра**, Доцент, Природно-математички факултет, Нови Сад
12. **Drakopoulos Georgios**, Director General, Association of Greek Tourism Enterprises (SETE), GREECE, ATHENS
13. **Ђурашевић Силвана**, Доцент др. на економским предметима у туризму, Факултет за туризам Бар, Универзитет Медитеран, ЦРНА ГОРА, ПОДГОРИЦА, БАР
14. **Gestopa Thelma**, Senior Tourism Operations Officer, Dept of Tourism Philippines, PHILIPPINES, MANILA
15. **Гајић Тамара**, Професор струковних студија, Висока пословна школа струковних студија Нови Сад, Нови Сад
16. **Гасми Гордана**, Ванредни професор, Универзитет Сингидунум Београд, Београд
17. **Граx Домен**, Вогел Ски Ресорт – Словенија, СЛОВЕНИЈА, БОХИЊСКО ЈЕЗЕРО
18. **Јаковљевић Сања**, самостални саветник, Привредна комора Београд, Удружење угоститељства и туризма, Београд
19. **Јерemiћ Владан**, Директор, Регионална агенција за развој источне Србије, Зајечар
20. **Костањевић Андреј**, Хотелска верига, МАРИБОР, СЛОВЕНИЈА
21. **Košćak Marko**, Sustainable tourism expert, Self-employed, SLOVENIA, TREBNJE

22. **Ковачевић Мирјана**, Самостални саветник, Министарство финансија и привреде, Сектор за туризам, Београд
23. **Красојевић Бранко**, Директор, Агенција Саветник у туризму, Београд
24. **Лазаревић Иванка**, Самостални саветник, Привредна комора Србије, Удружење за туризам и угоститељство, Београд
25. **Лацмановић Дарко**, Ванредни професор, Продекан, Факултет за туризам, Универзитет Медитеран, ЦРНА ГОРА, БАР
26. **Лемеж Доминика**, Маркетинг, Терме Тополшица, СЛОВЕНИЈА, ТОПОЛШНИЦА
27. **Лопатић Предраг**, Стручни сарадник, Туристичка Организација Источно Сарајево, РЕПУБЛИКА СРПСКА, ИСТОЧНО САРАЈЕВО
28. **Лукић Ивана**, Стручни сарадник, Асоцијација »Спорт за све« Београд, Београд
29. **Мариноски Науме**, Професор, Факултет за туризам и угоститељство – Охрид, Р. МАКЕДОНИЈА, ОХРИД
30. **Meiresonne L.J. Fien**, Chairman, European Centre for Ecological and Agricultural Tourism International (ECEAT), Netherlands, The Hague
31. **Миловановић Радан**, Председник, Самостални синдикат угоститељства и туризма Србије, Београд
32. **Мухи Бела**, Доцент, Факултет пословне економије, Универзитет Educons, Сремска Каменица
33. **Национална туристичка организација Црне Горе**, ЦРНА ГОРА, ПОДГОРИЦА
34. **Николајевић Милан**, Оснивач / Директор, CeRRET/ Студио Комбинат, Београд
35. **Праизовић Марина**, Удружење Млади за туризам, Управни одбор – Координатор тима за градски и наутички туризам, Београд
36. **Реберчник Уршка**, Директор – Власник, APP in WELLNES KOROŠEC Мозиреје – СЛО, СЛОВЕНИЈА, МОЗИРИЈЕ
37. **Ромелић Јован**, Редовни професор, Природно-математички факултет, Нови Сад
38. **Спасић Весна**, Ванредни професор, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент, Универзитет Сингидунум, Београд
39. **Стакић Будимир**, Редовни професор, Универзитет Сингидунум, Београд
40. **Шмитран Милорад**, ХИТ хотели, игралнице, туризем д.д. Словенија, СЛОВЕНИЈА, НОВА ГОРИЦА
41. **Шушић Вукашин**, Професор на економско-географским предметима, Економски факултет, Ниш
42. **Шуштершић Владимир**, Члан Управног одбора од октобра 2012. (до тада координатор тима за рурални туризам), Удружење Млади за туризам, Београд
43. **Wiczorek Sebastian**, v-ce chairman, European Centre for Ecological and Agricultural tourism (ECEAT), POLAND, BUKOWKA
44. **Wressnig Felicitas**, Vice President - World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA), Tourist Guide, Self-employed, AUSTRIA, VIENNA

45. **Вуковић Милован**, Ванредни професор, Технички факултет у Бору, Универзитет у Београду, Бор
46. **Зрилић Дејан**, Саветник, Привредна комора Београда, Удружење угоститељства и туризма, Београд

Својим одговорима анкету помогли:

47. **Dupeyras Alain**, Head of the Tourism Unit, Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development (CFE), Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), FRANCE, PARIS
48. **Fedorchenko Volodymyr**, Rector, Kyiv University of Tourism, Economics and Law, UKRAINE, KYIV
49. **Grunauer Alexander**, Team Leader, GIZ – Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, Београд
50. **Huijbens Edward H.**, MA, PhD, Director, Icelandic Tourism Research Centre, Borgum v/Nordurslod, ICELAND, AKUREYRI
51. **Machado Marta**, Policy Advisor, Hotels, Restaurants & Cafes in Europe (HOTREC), BELGIUM, BRUSSELS
52. **Rhodri Thomas**, Professor of Tourism and Events Policy, Head of Centre, International Centre for Research in Events, Tourism and Hospitality (ICRETH), School of Events, Tourism and Hospitality, Bronte Hall, Leeds Metropolitan University, UNITED KINGDOM OF GREAT BRITAIN AND NORTHERN IRELAND, LEEDS
53. **Scowsill David**, President and CEO, World Travel & Tourism Council (WTTC), UNITED KINGDOM, LONDON
54. **Sobrino Isabel**, Public Affairs Manager, Hotels, Restaurants & Cafes in Europe, (HOTREC), BELGIUM, BRUSSELS
55. **Шабих Драгана**, Секретар, Привредна комора Србије, Удружење за туризам и угоститељство, Београд
56. **Штрбац Маја**, Институт за економику пољопривреде, Београд

Прилог бр. 13: Најбитније међународне организације и институције за развој туризма

Поред UNWTO и ETC, остале најбитније међународне организације и институције за развој туризма, које су учесници анкете додали на листу, су:⁵³³

1) Међународне организације

1.1) Међународне туристичке организације, удружења и алијансе које се директно баве проблемима везаним за привредне и друштвене делатности нарочито значајне за туризам.

- Међународно удружење хотела и ресторана (IH&RA) (300.000 хотела; 2 милиона ресторана);
- Међународно удружење туристичких агенција и организатора путовања (FUAAV/UFTAA);
- Светско удружење туристичких агенција (WATA);
- Светски савет за путовања и туризам (WTTC);
- Светски савез удружења туристичких водича (WFTGA);
- Међународна комисија за стандарде у туризму и услуге у туризму (ISO/TC 228);
- Међународна организација за социјални туризам (ISTO);
- Светски комитет за етику у туризму.

1.2) Светске, струковне, међународне организације које су од значаја за туризам су:

- Организација Уједињених нација за образовање, науку и културу (UNESCO);
- Светска здравствена организација (WHO);
- Међународно удружење предузећа ваздушног саобраћаја (IATA);
- Међународна аутомобилска федерација (FIA);
- Светска унија за заштиту природе (IUCN);
- Међународно удружење за термализам и климатизам (FITEC).

- Међународне финансијске организације:
 - Светска банка (СБ);
 - Међународна банка за обнову и развој (IBRD).

⁵³³ Ради прегледности, међународне организације и институције за развој туризам сврстали смо у две групе: међународне и регионалне организације.

2) Регионалне организације

2.1) Регионалне туристичке организације, удружења и алијансе које се директно баве различитим сегментима развоја туризма:

- Европске:
 - Европска федерација за сеоски туризам (EuroGites);
 - Европска федерација удружења туристичких водича (FEG);
 - Балканска алијанса хотелијера (ВАНА);
 - Дунавска туристичка комисија;
 - Савез националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања у ЕУ (ЕСТАА).
- Азијске:
 - Пацифичко-азијска путничка асоцијација (РАТА).

2.2) Регионалне међународне организације општег карактера које су повезане са туризмом су:

- Европске:
 - Организација за црноморску економску сарадњу (BSEC);
 - Централно-европска иницијатива (CEI);
 - Јадранско јонска иницијатива;
 - Балканске федерације асоцијација туристичких агенција (BAFTA);
 - Дунавска комисија;
 - Савет Европе (СЕ);
 - ЕУ – са фондовима за пројекте.

Прилог бр. 14: Анализа корелације између страних директних инвестиција и ВДП

Размотрићемо да ли су стране директне инвестиције имале утицај на привредни раст, мерено величином ВДП, односно посматрањем кретања ове две појаве у Србији, и ако јесу како се тај утицај одразио.

За посматрање односа ове две „појаве“, користићемо податаке о страним директним инвестицијама (нето), и кретању ВДП у Србији, у периоду од једанаест година, тј. од 2001. године до 2011. године. Стране директне инвестиције ћемо посматрати као независно промењиву величину, а ВДП као зависно промењиву.

Табела бр. 2: Парови података о висини прилива страних директних инвестиција и ВДП у Републици Србији

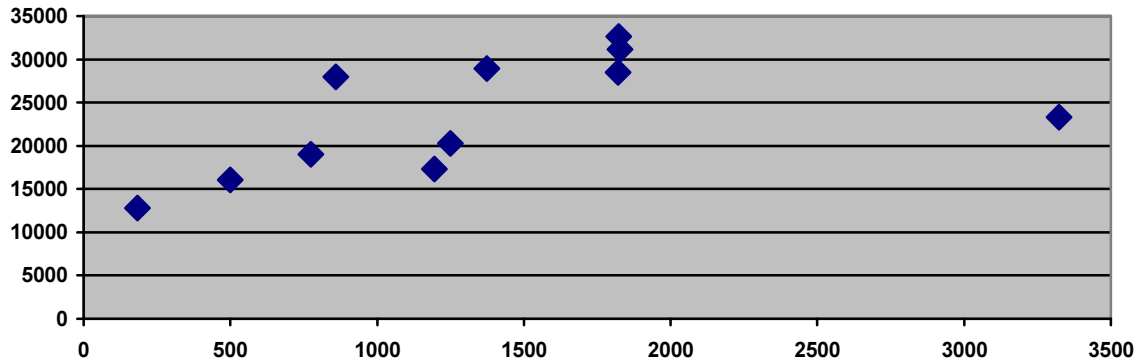
- у милионима евра

Година	Стране директне инвестиције (X)	ВДП (Y)
1	2	3
2011	1827	31140
2010	860	28006
2009	1373	28954
2008	1824	32668
2007	1821	28468
2006	3323	23305
2005	1250	20306
2004	774	19026
2003	1194	17306
2002	500	16028
2001	184	12821

Извор: Република Србија, **Министарство финансија и привреде**, *Билтен јавних финансија*, октобар 2012, стр. 15, 16.

Најпре ћемо приказати дијаграм растурања парова података, за период од 2001. до 2011. године.

Графикон бр. 1: Дијаграм растурања парова података о висини прилива страних директних инвестиција и ВДП Србије, 2001-2011.



Из графикана запажамо извесан степен сагласности истосмерног праволинијског кретања варијација података о посматраним појавама, те сматрамо да је просечан однос најбоље приказати линеарном регресијом.

Кључна питања која се намећу су: да ли се може говорити о закономерности односа повезаности страних директних инвестиција и ВДП; затим у ком правцу делују две појаве, односно да ли промене у приливу страних директних инвестиција прате и промене у расту ВДП и који је просечан ниво њихових односа.

Уз помоћ података у наредној табели, израчунаћемо коефицијент тенденцијалне коваријације (r).

Табела бр. 3: Основни елементи за израчунавање линеарне регресије односа прилива страних директних инвестиција и висине ВДП Србије

СТРАНЕ ДИРЕКТНЕ ИНВЕСТИЦИЈЕ (x)	$(x-\bar{x})$ (dx)	$(x-\bar{x})^2$ (dx) ²	ВДП (y)	$(y-\bar{y})$ (dy)	$(y-\bar{y})^2$ (dy) ²	$(x-\bar{x}) \cdot (y-\bar{y})$ (dx) · (dy)
1	2	3	4	5	6	7
184	-1173	1.376.569	12821	-10636	113.126.430	12479035,4
500	-857	734.917	16028	-7429	55.191.392	6368757,02
1194	-163	26.658	17306	-6151	37.835.919	1004305,39
774	-583	340.207	19026	-4431	19.634.567	2584534,48
1250	-107	11.507	20306	-3151	9.929.374	338026,116
3323	1966	3.864.084	23305	-152	23.132	-298969,25
1821	464	215.043	28468	5011	25.109.210	2323795,21
1824	467	217.834	32668	9211	84.840.846	4298982,48
1373	16	247	28954	5497	30.216.010	86451,3884
860	-497	247.280	28006	4549	20.692.574	-2262048,4
1827	470	220.644	31140	7683	59.027.092	3608871,93
14930	0	7.254.990	258028	0	255.626.545	30531642

Извор: Прорачуни аутора

$$\bar{x} = \sum x/n = 14930/11 = 1.357,27$$

(аритметичка средина независно промењиве – стране директне инвестиције)

$\bar{y} = \sum y/n = 258028/11 = 23.457,1$
 (аритметичка средина зависно промењиве – BDP)

$$r = \sum (x - \bar{x}) \times (y - \bar{y}) \div \sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \times \sum (y - \bar{y})^2} = 30.531.642 \div \sqrt{7.254.990 \times 255.626.545}$$

$r = 0,531$

Према резултату који смо добили за коефицијент тенденцијалне коваријације ($r = 0,531$), ради се о умереној позитивној корелацији између страних директних инвестиција и висине BDP, у смислу истосмерних позитивних слагања варијација.

За израчунавање линеарне функције, која ће нам одразити тражену регресију, потребно је израчунати елементе за систем једначина на бази којих се добија линеарна функција.

Табела бр. 4: Остали елементи за израчунавање линеарне регресије односа страних директних инвестиција и BDP Србије

SDI (x)	BDP (y)	x · y	x ²	y ²	Регресија (y _c)	y - y _c	(y - y _c) ²
1	4	3	4	5	6	7	8
184	12821	2359064	33856	164378041	18519,35	-5698,35	32471142,58
500	16028	8014000	250000	256896784	19849,20	-3821,20	14601569,44
1194	17306	20663364	1425636	299497636	22769,83	-5463,83	29853433,90
774	19026	14726124	599076	361988676	21002,30	-1976,30	3905768,01
1250	20306	25382500	1562500	412333636	23005,50	-2699,50	7287300,25
3323	23305	77442515	11042329	543123025	31729,51	-8424,51	70972422,66
1821	28468	51840228	3316041	810427024	25408,50	3059,50	9360562,28
1824	32668	59586432	3326976	1067198224	25421,12	7246,88	52517246,54
1373	28954	39753842	1885129	838334116	23523,13	5430,87	29494314,20
860	28006	24085160	739600	784336036	21364,22	6641,78	44113188,43
1827	31140	56892780	3337929	969699600	25433,75	5706,25	32561325,58
14930	258028	380746009	27519072	6508212798	258026,41	1,59	327138273,87

Извор: Прорачуни аутора

Линеарна функција, која представља функцију регресије, гласи: $y_c = a + bx$
 Израчунавање њених параметара **a** и **b** урадили смо из система нормалних једначина:

$y_c = a + bx$

(1) $\sum y = na + b \sum x$

(2) $\sum xy = a \sum x + b \sum x^2$

$$(1) 258028 = 11a + 14930b$$

$$(2) 380746009 = 14930a + 27519072b \text{ (поделићемо са } -1357,27)$$

$$(1) 258.028 = 11a + 14930b$$

$$(2) -280.523,4 = -11a - 20.275,3 b$$

$$-22.495,4 = -5.345,3 b$$

$$b = 4.2084$$

b уврстимо у једначину (1)

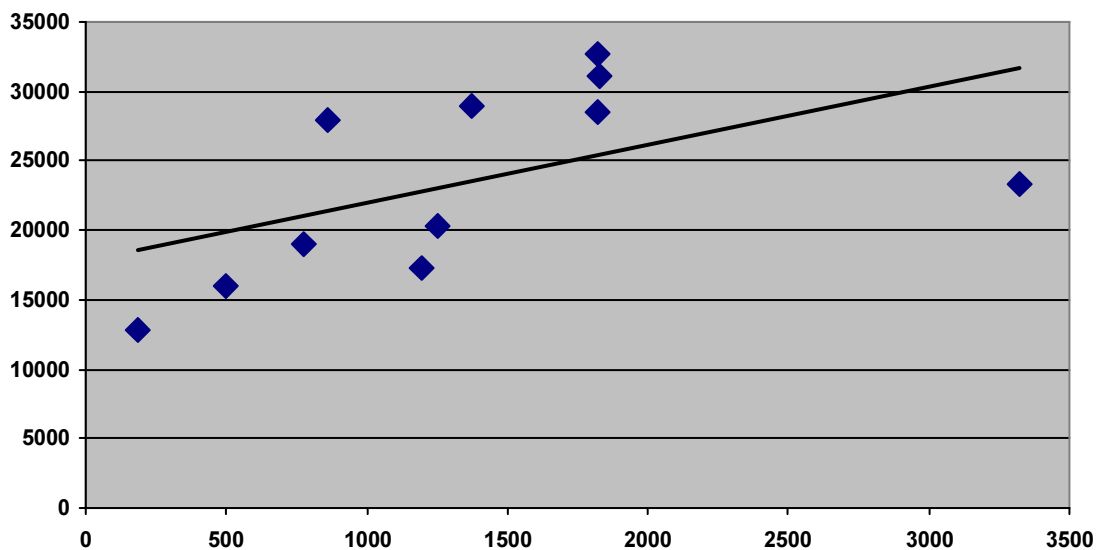
$$258.028 = 11a + 62.831,4$$

$$a = 17.745$$

Једначина регресије гласи: $y_c = 4.2084 x + 17.745$

Тако добијену вредност функције y_c смо унели у колону 6 претходне табеле, а графички приказ дајемо на следећем графикону. Једначина регресије нам изражава просечну меру варијација ВДР као функције промена које су се дешавале приливом страних директних инвестиција у Србију.

Графикон бр. 2: Графички приказ регресије према изворним подацима (однос SDI и ВДР у Србији)



Дакле, према добијеним резултатима, видимо да су стране директне инвестиције утицале су на раст ВДР у Србији. Коефицијент детерминације просте линеарне регресије ($r^2 = 0,282$) објашњава 28,2% од свих девијација.

**Прилог бр. 15: Иновативни туристички производи интересантни за страна улагања
и развој туризма Србије**

ВРСТА ПРОИЗВОДА	КРАЋИ ОПИС ПРОИЗВОДА	МОДАЛИТЕТИ	ПОТРЕБНА ИНФРА/СУПРА-СТРУКТУРА
<i>Пословни туризам и MICE</i>	Путовања из професионалних, пословних разлога	Индивидуална пословна путовања и састанци Мотивациона «Incentive» путовања Конгреси, Конференције Сајмови и изложбе	Аеродром Хотели високих категорија Конференцијски простори Сајам Модерна ИТ опрема
<i>Здравствени и «wellness» туризам</i>	Здравствени туризам је је намењен клијентима са здравственим проблемима, док је веллнесс намењен здравим особама ради побољшања здравља	Разноврсни spa/wellness производи Дестинације са термо-минералним изворима Рекреативни програми	Бање/климатска лечилишта Медицински институти Термо-минерални извори Лековите воде Хотелски и приватни смештај Куповине, ресторани, барови Стазе, шеталишта
<i>Догађаји</i>	Атрактивност која се дешава у одређеном добу године, обично једном годишње, а привлачи учеснике из земље и света	Музика, уметност и забава Споратска такмичења Политички и економски догађаји Образовање и обука Културне и историјске прославе Рекреација и разонода	Смештајни капацитети Изграђена савремена саобраћајна инфраструктура Куповине/Сувенири Природне и културне атракције Спортски објекти
<i>Посебни интереси</i>	Одморишне активности у специфичном природном амбијенту, повезано са активностима које носи изван «контролисан» ризик – којим се тестира способност у одређеној активности и амбијенту	Проучавање пећина Проучавање кањона Планинарење и пешачење Скијање Камповање Бициклизам/брдски бициклизам Лов и риболов, Рафтинг, Параглајдинг, Цип сафари	Смештајни објекти прилагођени циљним групама Опрема Ознаке квалитета Обележене стазе и правци кретања Сигурносне и безбедносне службе
<i>Кружна путовања «Touring»</i>	Мотиви и теме могу бити различити. За рецептивни туризам је најважнији производ	Домаћа Инострана	Смештајни капацитети Итинерери Природне и културне атракције Угоститељски објекти
<i>Сеоски туризам</i>	Спектар активности, услуга и садржаја на сеоским породичним газдинствима	Еко-туризам Сеоска газдинства/етно-села, салаша Разноврсне активности у природи Јединствено рурално искуство	Смештајни објекти / етно-куће Традиционални (у етно стилу) угоститељски објекти Природне атракције и сеоски амбијент
<i>Планине и језера</i>	Одмор и рекреација зависно од годишњих доба	Летњи програм/купање, сунчање... Зимски програм/скијање... Водени спортови/вожње кајаком..	Смештајни објекти/гастрономија Адекватна споратска опрема Забавни садржаји/ноћни живот
<i>Наутички туризам</i>	Пловидба рекама, и језерима уз коришћење пакета услуга у функцији туризма	Индивидуалне пловидбе Кружне пловидбе – крстарења Чартер линије	Марине, везови, инфраструктура Смештајни и прехрана Уређено окружење/забава, култура Чартер флота
<i>Градски одмори «City breaks»</i>	Кратки одмор чији мотиви су: историјско наслеђе, посао, култура, шопинг, догађаји и ноћни живот	Индивидуалне посете Групне посете	Аеродром, Хотели, Куповине Музеји, позоришта, споменици Ресторани, барови, дискотеке

Извор: „Службени гласник РС“ бр. 91/06, *Стратегија развоја туризма Републике Србије - Први фазни извештај*, 24.11.2005, стр. 91.

Прилог бр. 16: Билатерални споразуми наше земље у области туризма

НАЗИВ УГОВОРА	Датум потписа	Ступио на снагу
Споразум између ФНРЈ и Краљевине Грчке о стварању мешовите комисије за развој туризма	18.06.1959.	01.03.1960.
Споразум о сарадњи у области туристичког промета између СФРЈ и ЧССР (На снази за: Чешку и Словачку Републику)	14.03.1964.	10.6.1964.
Споразум између Савезне владе Савезне Републике Југославије и Владе Републике Белорусије о сарадњи у области туризма	26.11.1998.	12.01.2000.
Споразум између Владе СФРЈ и Владе Царевине Ирана о сарадњи у области туризма	23.07.1976.	14.03.1978.
Споразум између СФРЈ и СР Немачке о сарадњи у области туризма	24.07.1975.	14.01.1976.
Споразум између Владе СФРЈ и Владе Пољске НР о сарадњи у области туризма	09.09.1969.	02.07.1970.
Споразум између Савезне владе Савезне Републике Југославије и Владе Румуније о сарадњи у области туризма	21.09.1996.	07.07.1997.
Споразум о сарадњи у области спорта између Савезног Секретаријата за спорт и омладину СРЈ и Државног комитета за омладинску политику, спорт и туризам Украјине	01.10.2001.	01.10.2001.
Споразум између Владе Социјалистичке Федеративне Републике Југославије и Владе Републике Финске о сарадњи у области туризма	13.10.1978.	18.05.1979.
Споразум између Владе Социјалистичке Федеративне Републике Југославије и Владе Републике Краљевине Шпаније о сарадњи у области туризма	12.07.1978.	19.11.1979.
Споразум између Савезног извршног већа Скупштине Социјалистичке Федеративне Републике Југославије и Владе Републике Кипар о сарадњи у области туризма	21.11.1980.	03.07.1981.
Споразум између Савезног извршног већа Скупштине СФРЈ и Владе Сједињених Америчких Држава о сарадњи у области туризма	02.02.1984.	18.06.1984.
Споразум између Савезне владе Савезне Републике Југославије и Владе Бугарске о сарадњи у области туризма	17.12.1997.	05.02.1999.
Споразум о сарадњи у области туризма између Савезне владе Савезне Републике Југославије и Владе Републике Словеније	18.06.2002.	15.3.2003.
Споразум о међународној сарадњи у области туризма на Балкану између Влада НР Бугарске, Краљевине Грчке, СР Румуније, Републике Турске и СФРЈ.	13.05.1971.	04.02.1972.
Споразум о сарадњи у области туризма између СМ СЦГ и СМ Р.Албаније	22.12.2004.	28.12.2005.
Споразум о сарадњи у области туризма између Републике Србије и Сиријске Арапске Републике	17.03.1974.	19.03.1975.
Споразум о сарадњи на подручју туризма између Владе СФРЈ и Р. Португалије	9.5.1975.	7.12.1976.
Споразум између Владе Р. Србије и Владе државе Кувајт о сарадњи у области туризма	1/2010	29.05.2010.
Споразум између Владе Р. Србије и Владе Руске Федерације о сарадњи у области туризма	8/2011	27.10.2011.
Споразум о сарадњи у области туризма између Владе Републике Србије и Владе Арапске Републике Египат	10/2010	1.12.2010.
Споразум о сарадњи у области туризма између Савета министара Србије и Црне горе и Владе Републике Кубе	4/2006	20.05.2006.
Споразум о сарадњи у области туризма између Савета министара Србије и Црне горе и Владе Републике Турске	12.02.2004.	18.07.2005

Извор: Пауновић Споменка, *Билатерални споразуми наше земље о сарадњи у области туризма*, Пословна политика, бр. 3, Београд, 2005, стр. 49. – Напомена: *Допуњено табела*

ЛИТЕРАТУРА

I Књиге

1. Ateljević Jovo, Page J. Stephen, *Tourism and Entrepreneurship*, Taylor & Francis, UK, 2009.
2. Бакић Огњен, *Маркетинг менаџмент туристичке дестинације*, Educons University, Факултет пословне економије, Сремска Каменица, 2009.
3. Бакић Огњен, *Маркетинг у туризму*, Универзитет Сигидунум, Београд, 2010.
4. Бакић Огњен, Љубојевић Чедомир, Бакић Маја, *Маркетинг стратегија туристичких услуга*, Завод за уџбенике, Београд, 2002.
5. Балабанов Игорь Тимофеевич, Балабанов Андрей Игоревич, *Економика туризма*, Финансије и статистика, Москва, 2003.
6. Barro Robert J, Sala-i-Martin Xavier, *Economic Growth*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, United States, 2003.
7. Bartoluci Mato, *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva – Turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*, Školska knjiga, Zagreb, 2013.
8. Bartoluci Mato, Čavlek Nevenka i suradnici, *Turizam i sport – Razvojni aspekti / Tourism and Sport – Aspects of Development*, Školska knjiga, Zagreb, 2007.
9. Baum Tom, *Managing Human Resources in the European Tourism and Hospitality Industry a Strategy Approach*, International Thomson Business Press, London, 1995.
10. Beech John, Chadwick Simon, *The Business of Tourism Management*, Prentice Hall, Pearson Education Limited, 2006.
11. Беговић Борис, Мијатовић Бошко, Пауновић Марко, Поповић Даница, Центар за либерално-демократске студије, *Гринфилд стране директне инвестиције*, Београд, 2008.
12. Becken Susanne, Hay E. John, *Climate Change and Tourism: From policy to practice*, Routledge, 2012.
13. Bruell Cornelia, *Creative Europe 2014-2020, A new programme – a new cultural policy as well?*, Institut fur Aslandsbeziehungen e.V., Stuttgart and Berlin, 2013.
14. Vallas F, Becherel L, *International Tourism*, Macmillan Press Ltd, London, 1995.
15. Vanhove Norbert, *The Economics of Tourism Destinations*, Elsevier, Oxford, Second edition, 2011.
16. Вељковић Саша, *Бренд менаџмент у савременим тржишним условима*, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, 2010.
17. Воронкова Людмила Петровна, *История туризма*, Московский психолого-социальный институт, НПО „МОДЭК“, Воронеж, 2001.
18. Вукадиновић Предраг, Јовић Зоран, *Инвестиције*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2012.
19. Walton K. John, *Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict*, Tourism and Cultural Change: 6, Cromwell Press, UK, 2005.
20. Weaver David, Lawton Laura, *Tourism Management*, John Wiley & Sons Australia, Third edition, Singapore, 2006.
21. Wei Zhang, *Applied Research for Hospitality and Tourism*, McGraw-Hill Education (Asia), Temasek Polytechnic, Singapore, 2005.

22. Williams Stephen, *Tourism Geography*, Routledge contemporary human geography series, Taylor & Francis Group, London and New York, 2003.
23. World Tourism Organization, *WTO Basic Documents, Volumen I – Statutes, Rules of Procedure, Agreements*, fourth edition, UNWTO, Madrid, 2013.
24. World Tourism Organization, “*Quality of Tourism Development*”, 1998.
25. World Tourism Organization, *Multilateral and Bilateral Sources of Financing for Tourism Development*, 1997.
26. World Tourism Organization, *The Euro: Impact on tourism*, 1998.
27. Гасми Гордана, *Право и институције Европске уније*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010.
28. Goeldner R.Charles, Richie J.R. Brent, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley & Sons, Eleventh Edition, New Jersey, 2009.
29. Деветаковић Стеван, Јовановић-Гавриловић Биљана, Рикаловић Гојко, *Национална економија*, Економски факултет, Београд, 2008.
30. Динић Јован, *Економска географија*, Економски факултет, Београд, 1994.
31. Ђурашевић Силвана, *Савремене концепције продаје у пословању организатора путовања*, Универзитет Сигидунум, Београд, 2007.
32. *Економска енциклопедија*, I и II том, Савремена администрација, Београд, 1986.
33. Елаковић Симо, *Социологија слободног времена и туризма*, Економски факултет, Београд, 2006.
34. European Parliament, *The Impact of Tourism on Coastal Areas: Regional Development Aspects*, Directorate General for Internal Policies of the Union - Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, 2008.
35. European Commission, Eurostat – Statistical books, *Panorama on tourism*, 2008.
36. Зборник радова "Предузетничка економија", Економски факултет, Универзитет Црне Горе, Подгорица, (Вол.1), децембар 2002.
37. Зубић-Петровић Снежана, Раковић Александра, *Светска трговинска организација, Правни инструменти и савремене тенденције*, Министарство за међународне економске односе Србије и Црне Горе, Београд, 2005.
38. Jafar Jafari (chief editor), *Encyclopedia of Tourism*, Routledge, USA, 2000.
39. Јеремић Љиљана, Иваниш Марко, *Основи финансија*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009.
40. Johnson P. Stanley, United Nations Environment Programme, *UNEP the First 40 Years: a Narrative by Stanley Johnson*, United Nations Environment Programme, Nairobi, Kenya, 2012.
41. Johnston M. Alison, *Is the Sacred for Sale?: tourism and indigenous peoples*, Earthscan, London, 2006.
42. Јоковић-Тијанић Славица, *Финансијска помоћ Европске уније*, Phare, Печат – Младеновац, Београд, 2001.
43. Јовановић Гавриловић Предраг, *Међународно пословно финансирање*, Економски факултет, Београд, 2004.
44. Yeoman Ian, *Tomorrow's Tourist: Scenarios & Trends*, Oxford, UK, 2008.
45. Кабиљо Јелена, *Економика туризма*, Привредно финансијски водич, Београд, 1980.
46. Капор Предраг, *Међународне финансије и банкарство*, Мегатренд универзитет, Београд, 2009.

47. Kasimoğlu Murat, Aydin Hundan, *Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives*, Rijeka, Croatia, 2012.
48. Kasimoğlu Murat, *Visions for Global Tourism Industry – Creating and Sustaining Competitive Strategies*, Rijeka, Croatia, 2012.
49. Кнежевић Иван, и други, *IPA – Инструмент за претприступну помоћ ЕУ: 2007-2013*, Фонд за отворено друштво, Европски покрет у Србији 2007-2013, Београд, 2009.
50. Kotler Philip, Bowen John, Makens James, *Marketing for Hospitality and Tourism*, Prentice Hall International, London, 2006.
51. Kotler Philip, Bowen John, Makens James, *Маркетинг у угоститељству, хотелијерству и туризму*, МАТЕ, Загреб, 2011.
52. Kotler Philip, Keller Lane Kevin, *Маркетинг менаџмент*, Data Status, Београд, 2006.
53. Ковачевић Радован, *Економски односи Србије са иностранством*, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, 2005.
54. Ковачевић Радован, *Међународно тржиште капитала: савремене тенденције*, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, 2012.
55. Кварталџинов Валерий Александрович, *Туризм*, Финансије и статистика, Москва, 2003.
56. Кроња Јасмика, *Програми Европске заједнице*, Фонд за отворено друштво, Европски покрет у Србији, Београд, 2009.
57. Lewenhak Sheila, *The Role of the European Investment Bank*, Routledge, 2012.
58. Lickorish J. Leonard, Jenkins L. Carson, *An Introduction to Tourism*, Butterworth-Heinemann, London, 1997.
59. Лопандић Душко, *Оснивачки уговори Европске уније*, Канцеларија за придруживање Србије и Црне Горе Европској унији, Европски покрет у Србији, Републичко министарство за економске везе са иностранством, Сектор за европске интеграције, Београд, 2003.
60. Лопандић Душко, Јањевић Милутин, *„Споразум из Шенгена - за Европу без граница“*, Међународна политика, Београд, 1996.
61. Лопандић Душко, Кроња Јасминка, *Регионалне иницијативе и мултилатерална сарадња на Балкану*, Европски покрет у Србији, Београд, 2010.
62. Macleod Donald V.L, *Tourism, Globalisation and Cultural Change: An Island Community Perspective*, 1st ed., Center for Tourism and Cultural Change, Sheffield Hallam University, UK, 2004.
63. Максим Марија, Пуцар Мила, Кораћ Миомир, Милијић Саша, *Менаџмент природних и културних ресурса у туризму*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009.
64. Манић Емилија, *Економска географија*, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, 2013.
65. Мариноски Науме, *Улога туристичких организација*, Београд, 1985.
66. Medlik S, *Dictionaty of Travel, Tourism and Hospitality*, Third Edition, Butterworth-Heinemann, Oxford, UK, 2003.
67. Middleton T.C. Victor, Fyall Alan, Morgan Michael, Ranchhod Ashok, *Marketing in travel and tourism*, Butterworth-Heinemann, Elsevier, Fourth edition, 2009.

68. Милић Бранислав, *Сличности и разлике између руралних територија Србије: у прилог територијалном приступу планирању развоја*, Центар за одрживу привреду и рурални развој, Београд, 2011.
69. Мићић Максин Марија, *Туризам и простор*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2008.
70. Murphy N.Craig, *The United Nations Development Programme: A Better Way?*, Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
71. Николић Стеван, *Регионални приоритети развоја туризма у СР Србији ван територија САП*, Туристичка штампа, Београд, 1984.
72. Nordin Sara, *Tourism of Tomorrow – Travel Trends and Forces of Change*, European Tourism Research Institute - ETOUR, Mittuniversitetet, Sweden University, 2005.
73. Његуш Ангелина, *Информациони системи у туристичком пословању*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010.
74. Остојић С. Славица, *Пословна средства у туристичким делатностима*, Мегатренд универзитет, Београд, 2011.
75. Ordóñez de Pablos Patricia, Tennyson Robert, Zhao Jingyuan, *Global hospitality and Tourism Management Technologies*, Business Science Reference, USA, 2012.
76. OECD, *Third international forum on tourism statistics*, Paris, 1997, OCDE/GD(97)97
77. OECD, *OECD Tourism Trends and Policies 2012*, OECD Publishing, 2012.
78. Page Stephen J, *Tourism Management, An Introduction*, Butterworth-Heinemann, Spain, Fourth Edition, 2011.
79. Пауновић Сања, Ристић Зоран, Павловић Љиљана, *Истраживање неформалне економије у Крушевцу, Лозници и Суботици (с посебним освртом на туризам, трговину и грађевинарство)*, Радничка штампа, Београд, 2011.
80. Пејовић А, и др., *IPA - Инструмент за претприступну помоћ ЕУ 2007-2013*, Европски покрет у Србији, 2011.
81. Петковић Гајић Драгана, *Регионална сарадња у подунављу и стратегија Србије*, Међународни научни форум „Дунав-река сарадње“, Београд, 2008.
82. Петровић Перо, Голубовић Видоје (уредници), Тематски зборник радова: *Унапређење туризма као фактор развоја привреде Републике Србије*, Институт за међународну политику и привреду, Београд, 2010.
83. Popper Karl, *The Poverty of Historicism*, Routledge, 2 edition, London, 2002.
84. Попеску Јован, *Менаџмент туристичке дестинације*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2011.
85. Попеску Јован, *Маркетинг у туризму у хотелијерству*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2013.
86. Поповчић-Аврић Снежана, Видас-Бубања Маријана, *Међународна економија*, Завод за уџбенике: Факултет за економију, финансије и администрацију, Београд, 2009.
87. Рачић Обрад, Димитријевић Војин, *Међународне организације*, Савремена администрација, Београд, 1980.
88. Радојевић Тијана, *Финансијско пословање у туризму и хотелијерству*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2011.
89. Ramos D. Alejandro, Jimenez S. Pablo (editors), *Tourism development: Economics, Management and Strategy*, Nova Science Publishers, New York, 2008.

90. Reisinger Yvette, *International Tourism: Cultures and Behavior*, Butterworth-Heinemann, Oxford, UK, 2009.
91. Richards Greg, Wilson Julie, *Tourism, creativity and development*, Routledge, Taylor & Francis Group, 2007.
92. Ровчанин А, *Савремене методе оцјене ефикасности инвестиција: логика финансијских опција у инвестиционој анализи*, Економски факултет, Сарајево, 2000.
93. Samuelson A. Pol, Nordhus D. William, *Економија*, Београд, МАТЕ, 2009.
94. Seaton A, Bennett M, *The Marketing of Tourism Products Concepts Issues and Cases*, International Thomson Business Press, London, 1996.
95. Sharpley Richard, Telfer J. David (editor), *Tourism and Development: Concepts and Issues*, Great Britain, 2002.
96. Smith L. Valene, Eadington R. William, *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*, John & Sons, 1996.
97. Спасић Весна, *Менаџмент туристичких агенција и организатора путовања*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2011.
98. Спасић Весна, *Пословање туристичких агенција и организатора путовања*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2012.
99. Спасић Весна, Черовић Слободан, *Економско-финансијска анализа пословања предузећа у хотелијерству и туризму*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2013.
100. Стакић Будимир, *Међународне финансијске институције*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2012.
101. Станкић Раде, Бакић Огњен, Зечевић Бојан, *Информатика у туристичком пословању*, Виша туристичка школа, Нови Београд, 1994.
102. Станишић Милован, Николић Драган, *Контрола и ревизија хотелијерског пословања*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009.
103. Сворцан Новак, *Стратегија хотелске марке*, Висока хотелијерска школа струковних студија, Београд, 2011.
104. Swarbrooke John, Horner Susan, *Business Travel and Tourism*, Butterworth-Heinemann, 2001.
105. Тодоровић Александар, *Теорије туризма и културно-уметничке вредности*, Туристичка штампа, Београд, 1990.
106. Тодоровић Владимир, *Људске слободе и права*, Том 3, Службени гласник, Београд, 2003.
107. Тодоровић Владимир, *Трговина и облигације*, Том 1-2, Службени гласник, Београд, 2004.
108. Томка Драгица, *Култура кроз простор, време и туризам*, ПМФ, Институт за географију, Нови Сад, 1998.
109. UNCTAD, *FDI in Tourism: The Development Dimension*, New York and Geneva: United Nations, 2007.
110. UNEP, International Council for Local Environmental Initiatives, *Tourism and Local Agenda 21, The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism*, 2003.
111. UNESCO, DeAgostini Libri, *UNESCO World Heritage Atlas*, 2012.
112. Унковић Милорад, *Међународна економија*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009.

113. Унковић Милорад, Стакић Будимир, *Спољнотрговинско и девизно пословање*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2011.
114. Унковић Слободан, Зечевић Бојан, *Економика туризма*, Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду, Београд, 2011.
115. Унковић Слободан, Чачић Крунослав, Бакић Огњен, Попеску Јован, *Савремени токови у туризму*, Економски факултет, Београд, 1991.
116. Frayer Walter, *Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrseconomie 5 Aufl.*, Oldenbourg Verlag, Minhen, 1995.
117. Хаџић Мирољуб, *Банкарство*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009.
118. Hall С. Michael, *Introduction to Tourism in Australia: Development, Issues and Change*, Melbourne, Pearson Education Australia, 5th edition, 2007.
119. Хамовић Владана, *Квалитет услуга и заштита потрошача у туризму*, Бесједа, Бања Лука, 2004.
120. Hill Elizabeth, O'Sullivan Terry, *Marketing*, Longman, Singapore, 1999.
121. Хитрец Томислав, Хендија Звездана, *Политика, организација и право у туризму*, Загребачка школа за менаџмент, Загреб, 2008.
122. Holloway J. Christopher, Humphreys Claire, Davidson Rob, *The Business of Tourism*, 9th edition, Prentice Hall, Pearson Education Limited, England, 2009.
123. Honey Martha, editor, *Travelers' Philanthropy Handbook*, Washington, DC: Center for Responsible Travel, 2011.
124. Horspool Margot, Humphreys Matthew, *European Union Law*, 7th Edition, Oxford University Press, United Kingdom, 2012.
125. Жарков Герман Николаевич, *Правовое обеспечение международного туризма: Учебно-практическое пособие*, Кондор, Киев, 2004.
126. Живковић Радмила, *Понашање и заштита потрошача у туризму*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2009.
127. Scott Daniel, Hall С. Michael, Gossling Stefan, *Tourism and Climate Change: Impact, adaptation and mitigation*, Routledge, 2012.
128. Collier Alan, Brocx В. Monique, *Tourism Industry Management*, Person Education New Zealand Limited, 2004.
129. Connelly James, Graham Smith, Benson David, Saunders Clare, *Politics and the Environment: From Theory to Practice*, 3rd Edition, Routledge, Abingdon, Oxon, 2011.
130. Conrady Roland, Buck Martin (Editors), *Trends and Issues in Global Tourism*, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2011.
131. Cooper Chris, Hall С. Michael, *Contemporary Tourism: An International Approach*, Butterworth-Heinemann, Oxford, UK, 2008.
132. Cooper Chris, Fletcher John, Fyall Alan, Gilbert David, Wanhill Stephen, *Tourism Principles and Practice*, Person Education Limited, England, 2005.
133. Чачић Крунослав, *Пословање хотелских предузећа*, Универзитет Сингидунум, Београд, 2010.
134. Čavlek Nevenka, Bartoluci Mato, Prebežac Darko, Kesar Oliver, i dr., *Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
135. Черовић Слободан, *Стратегијски менаџмент туристичке привреде Србије*, Зелнид, Београд, 2002.

136. Черовић Слободан, *Стратегијски менаџмент у туризму*, Универзитет Сигидунум, Београд, 2009.
137. Шећибовић Рефик, Максин Мићић Марија, Комленовић Ђурђица, Ђоковић Емилија, *Увод у географију туризма са основама просторног планирања*, Економски факултет, Београд, 2006.

II Часописи/Чланци

1. Buhalis Dimitrios, Jun Soo Hyun, *Contemporary Tourism Reviews*, „E-Tourism“, Goodfellow Publishers Ltd, 2011.
2. Business Info Group, „Стране директне инвестиције у Србији 2001 – 2011, Foreign Direct Investments in Serbia 2001-2011“, Београд, април 2012.
3. Гавриловић-Гаговић Славица, „Унапређење извоза туристичких услуга“, Економски анали, Економско-финансијски односи са иностранством у функцији обнове и развоја југословенске привреде, Економски факултет, Београд, 27. и 28. септембар 2001.
4. Gil-Pareja S., Llorca-Vivero R., Martinez-Serrano J.A., „The Effect of EMU on Tourism“, *Review of International Economics* 15 (2), 2007.
5. Goodwin Harold & Santilli Rosa, „Community-Based Tourism: a success?“, ICRT Occasional Paper 11, GTZ Project „Tourism and Sustainable Development“, 2009.
6. Грчић Мирко, Раткај Иван, *Европрегиони и Еврокоридори као фактори интеграције земаља југоисточне Европе са Европском Унијом*, Зборник радова Географског факултета, Свеска LI, Година 2003.
7. Грунауер Александар, GIZ: „За економски развој у региону Дунава – 5,5 милиона евра“, *Магазин Бизнис*, број 78-79, јул-август 2012.
8. Динић Јован, „Појава, развој и савремени проблеми туристичке географије“, Економски анали бр. 153-154, Научно друштво економиста и Економски факултет у Београду, Београд, 2003.
9. Dwyer L, Forsyth P, Spurr R, „Evaluating tourism’s economic effects: new and old approaches“, *Tourism management*, 25 (1), 2004
10. Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, „Overview of the Higher Education Systems in the Tempus Partner Countries: Western Balkans, A Tempus Study“, No 13, EACEA, Brussels, November 2012
11. European Commission, Press Release, *One trillion euro to invest in Europe’s future – the EU’s budget framework 2014-2020*, Brussels, 19 November 2013.
12. Inforegio News, No 69/99 Rapid Press Release, IP/99/744; EUR-OP, News, 1/2000
13. Ivanović Zoran, Suzana Vareša, Siniša Bogdan, „Influence of foreign direct investment on tourism in Croatia“, *UTMS Journal of Economics* 2 (1), 2011.
14. Ивков Анђелија, Павловић Биљана, „Туристичка привлачност манастира Наупаре“, *Часопис Департамента за географију, туризам и хотелијерство*, Туризам 11/2007.
15. Yuk Wah Chan, „Coming of age of the Chinese tourists: The emergence of non-Western tourism and host-guest interactions in Vietnam’s border tourism“, *Tourist Studies*, 2006.

16. Kearney, A. T., „Measurement Globalization: Who's Up, Who's Down?“, Foreign Policy, March, New York, 2004.
17. Министарство финансија и привреде Републике Србије, „Билтен јавних финансија“, Београд, октобар 2012.
18. Митровић Иван, „Сарадња дунавских администрација за пловне путеве кроз пројекат NEWADA“, Водопривреда, Вол.43, бр.1-3, Београд, 2011.
19. Мрдаковић-Цветковић Ружица, „Привредни развој и прилив иностраних средстава у земље у транзицији“, Економски анали бр. 171, Научно друштво економиста и Економски факултет, Београд, 2007.
20. Панорама 37, „Речна крстарења на Дунаву све боља и боља“, Европска унија: Регионална политика, пролеће 2011.
21. Пауновић Сања, *Програми Европске уније за развој туризма*, Пословна политика, Београд, новембар 2000.
22. Пауновић Споменка, Пауновић Сања, Косановић Рајко, „Стање и услови привређивања у угоститељској и туристичкој делатности у Републици Србији са предлогом мера“, Тржиште, новац, капитал, бр. 1, јануар-март 2012.
23. Пауновић Споменка, Пауновић Сања, „Међународни документи у функцији одрживог развоја туризма“, Пословна политика, XXXIV, бр.5, Београд, мај 2005.
24. Пауновић Споменка, „Билатерални споразуми наше земље о сарадњи у области туризма“, Пословна политика, XXXIV, бр. 3, Београд, март 2005.
25. Петковић Горан, Зечевић Бојан, Пинцо Рената, „Туризам као део националне економије“, Економика предузећа, Вол. 59, бр. 1-2, 2011.
26. Попеску Јован, Јованов Зорица, „Улога инструмената маркетинг микса у позиционирању туристичке дестинације“, Сингидунум ревија Вол. 7 / Бр. 1.
27. Porter M.E, *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York, 1990.
28. Привредна комора Србије, Центар за научноистраживачки рад и економске анализе, „Коњуктурни трендови Србије“, број 1, Београд, јануар 2013.
29. Rodriguez Francisco J. Ledesma, Perez-Rodriguez Jorge V., Gallego Maria Santana, „On the impact of the euro on international tourism“, No 50, DEA Working Papers, Universitat de les Illes Balears, Department d'Economia Aplicada, 2012.
30. Rose K. Andrew, Stanley T.D, „A meta-analysis of the effect of common currencies on international trade“, Journal of economics 19 (3), 2005.
31. Santana-Gallego M., Ledesma-Rodriguez F.J., Perez-Rodriguez J.V, „Exchange rate regimes and tourism“, Tourism Economics 16 (1), 2010.
32. Савић Милица, „Туристичка валоризација средњовековних утврђења на Дунаву у Србији“, Туризам бр. 11 Савремене тенденције у туризму, хотелијерству и гастрономији 2007, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад, 2007.
33. Стојић-Карановић Е, *Дунав-река сарадње од принципа добросуседства до регионалног модела средњег подунавља*, Међународни научни форум, „Дунав-река сарадње“, Београд, 2005.
34. Унковић Слободан, Секуловић Наташа, „Мере за ублажавање негативног дејства светске економске кризе на туризам“, Туризам и хотелијерство, 14.09.2010.

35. Хендија Звездана, Колегиј: Међународни туризам, „Сувремени трендови у међународном туризму“, Економски факултет, Загреб, 9.-16. студени, 2011.
36. Царински инструктор, „Туристичке и хотелијерске услуге са аспекта спољнотрговинских и девизних прописа“, Плаћање, наплаћивање и евидентирање услуга и обавеза извештавања Девизног инспектората, 05.08.2011.
37. Чемерник Борис, „Туризам брише границе“, *Време*, бр. 1167, Београд, 16. мај 2013.
38. Черовић Слободан, „Концесије - могућност инвестирања у туристичку привреду“, Пословна политика, септембар/октобар 2000.

III Документи

1. *Акциони план за спровођење Националног програма UNDP-а у Републици Србији (2011-2015)*
2. Alliance Internationale de tourisme / International Touring Alliance, Brochure: *The Worldwide Organization of Touring Clubs and Automobile Associations*, Geneva, 2002.
3. Anna Maria Torres, Hotels, Restaurants & Cafés in Europe, „HOTREC and its activities“, XIV Congress of Hoteliers, 7 October 2011.
4. Blanke Jennifer, Chiesa Thea, *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013*, World Economic Forum, Geneva, 2013.
5. Bolwell Dain, Weinz Wolfgang, *Reducing poverty through tourism*, Working Paper (WP.266), ILO, Geneva, October 2008.
6. World Tourism Organization, *UNWTO Tourism Highlights*, 2013 Edition, UNWTO, Madrid, Spain, 2013.
7. World Tourism Organization, *UNWTO Tourism Highlights*, 2014 Edition, UNWTO, Madrid, Spain, 2014.
8. Влада Републике Србије, Канцеларија за европске интеграције, *Извештај о међународној помоћи Републици Србији у 2011. години*, април 2012.
9. Влада Републике Србије, *Позиција Републике Србије за учешће у изради свеобухватне стратегије Европске уније за регион Дунава*, Београд, 18. март 2010.
10. Влада Републике Србије, *Потребе Републике Србије за међународном помоћи у периоду 2011-2013. године*, фебруар 2011.
11. World Bank, *Doing Business 2013: Smarter Regulations for Small and Medium-Size Enterprises*, Washington, DC: World Bank Group, 2013.
12. World Bank, *Doing Business 2014: Economy Profile: Serbia*, Washington DC, 2013
13. World Bank, *Implementation Status & Results, Serbia – Transitional Agriculture Reform Project (P094212)*, Report No: ISR8000, 30.12.2012.
14. World Bank, *Serbia – Country partnership strategy for the period FY12-FY15*, Washigton D.C. 2011.
15. World Bank Group, Multilateral Investment Guarantee Agency, *Tourism brief*, February 2010.

16. World Tourism Organization Business Council, *Marketing Tourism Destinations Online – Strategies for Information Age*, 2000.
17. WTO, *The Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, Geneva, 1995.
18. WTO, Council for Trade in Services, *S/C/W/51*, 23 September 1998.
19. WTO, WTTC, Earth Council, *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development*, 1995.
20. World Travel and Tourism Council, *Travel&Tourism Economic Impact 2012*. - World, Europe, Serbia.
21. GATS 2000, *Tourism services: Summary of proposals from WTO members*, May 2001.
22. Goodwin Harold, Santilli Rosa, *Community-Based Tourism: a success?*, GTZ, ICRT Occasional Paper 11, 2009.
23. Directorate General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, *The European Cycle Route Network EuroVelo: Challenges and opportunities for sustainable tourism*, European Parliament, Brussels, April 2009.
24. Dupeyras Alain, MacCallum Neil, *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism*, A Guidance document, OECD Tourism Papers 2013/2.
25. Европска комисија, Саопштење Комисије Европском Парламенту, Европском Савету, Свеопском социјално-економском комитету и Регионалном комитету, *Стратегија Европске Уније за Дунавски регион*, Брисел, COM (2010) 715/4.
26. Европска комисија, *Радни документ: Акциони план – прилог уз Саопштење Комисије Европском парламенту, Савету, Европском економском и социјалном комитету и Комитету региона, Стратегија Европске уније за Дунавски регион – COM (2010) 715*, Брисел, SEC (2010) 1489/3
27. European Bank for Reconstruction and Development, *About the EBRD*, May 2012.
28. European Bank for Reconstruction and Development, *Property and Tourism*, March 2013.
29. European Bank for Reconstruction and Development, *Property operations policy*, 11 December 2001.
30. EIB, *Financial Report 2012*, 3/2013.
31. EIB, *Report on the results of EIB operations outside the EU 2012*, 6/2013
32. EIB, *The European Investment Bank in the Danube Region*, 11/2012.
33. Економски факултет Београд, Мастер план туристичке дестинације Доње Подунавље, 2007.
34. ETC, *ETC Annual Report 2009*, 2010.
35. European Travel Commission, *60 Years of Joint Action 1948-2008*, 14. October 2012.
36. European Commission, Analytical report, Wave 2, *Survey on the attitudes of Europeans towards tourism*, Flash Eurobarometer 291, The Gallup Organisation, March 2010.
37. European Commission, *Working together for the future of European tourism*, COM (2001) 665 final, Brussels, 13.11.2001.
38. European Commission, *Entrepreneurship 2020 Action Plan – Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*, COM (2012) 795 final, Brussels, 9.1.2013.

39. European Commission, Communication from the Commission, *Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth*, COM (2010) 2020, Brussels, 3.3.2010.
40. European Commission, Commission communication 2010: *Europa, the world's No 1 tourist destination – new political framework for tourism in Europe*, COM (2010) 352 final, Brussels, 30.6.2010.
41. European Commission, *European Economic Forecast*, Winter 2014, European economy 2/2014, European Union, 2014.
42. European Commission, *European Union - Public Finance*, 4th Edition, 2008
43. European Commission, *Finance support for Tourism and Commerce in Luxembourg, Making best use of european money*, 2003.
44. European Commission, *Green Paper: A 2030 framework for climate and energy policies*, COM (2013) 169 final, Brussels, 27.3.2013.
45. European Commission, *INTERREG EUROPE 2014-2020: Cooperation Programme document*, Final Draft, 10 June 2014.
46. European Commission, *Media Mundus – 2012 Europe Joins forces with the global film industry*, 2012.
47. European Commission, *Panorama of the European Union*, European business, Facts and figures, Part 5: Trade and tourism, Data 1991-2001, 2003. Edition
48. European Commission, *Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council establishing a Programme for the Competitiveness of Enterprises and small and medium-sized enterprises (2014-2020) (COSME)*, COM(2011)834 final, 2011/0394 (COD), Brussels, 30.11.2011.
49. European Commission, *Proposal for a Regulation of the European Parliament and the Council on the Instrument for Pre-accession Assistance (IPA II)*, COM (2011) 838 final, 2011/0404 (COD), Brussels, 7.12.2011.
50. European Commission, *The European Union explained: Enterprise*, Luxembourg, 2013.
51. European Commission, Press Release, *Commission launches EU Skills Panorama to tackle skills mismatches*, Brussels, 7 December 2012.
52. European Union, *Decision of the European Parliament and of the Council on a general Union environmental action programme to 2020 „Living well, within the limits of our Planet“*, PE-CONS 64/1/13 REV 1, Strasbourg, 20.11.2013.
53. Europska unija, *Kohezijska politika 2014-2020, Ulaganje u rast i radna mjesta*, Ured za publikacije Europske unije, 2011.
54. Eurostat: Pocketbooks, *Cultural statistics*, Luxembourg, 2011.
55. EU Commission, *The Structural Funds and their coordination with the Cohesion Fund: Draft guidance for programmes in the period 2000-06*. Working paper of the Commission, SEC (99) 103 final., 3.02.1999.
56. European Parliament, Council of the EU, *Decision of the European Parliament and of the Council on a General Union Environmental Action Programme to 2020 “Living well, within the limits of our planet”* PE-CONS 64/1/13 REV 1, Strasbourg, 20.11.2013.
57. ECTAA, *ECTAA's Activity Report 2011-2012: Review of ECTAA's activities and achievements for period November 2011-November 2012*, Working programme for 2013, CR-138/123, Brussels, November 2012.

58. Горан Живков и др., Тим за социјално укључивање и смањење сиромаштва, Кабинет потпредседнице Владе за европске интеграције, Пројекат Швајцарске агенције за развој и сарадњу, *Будућност села у Србији*, децембар 2012.
59. Зечевић Бојан, *Анализа укључености туризма у локалним развојним стратегијама*, Заједнички програм Уједињених Нација „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“, Универзитет у Београду, Економски факултет, Београд, јануар 2011.
60. International Finance Corporation (IFC), Sub-Regional Fact Sheet – *IFC in the Western Balkans*, 2012.
61. *JICA Brochure Balkan Office*, Уред за Балкан Јапанске агенција за међународну сарадњу, 2012.
62. Khovanova-Rubicondo Kseniya (and Project team), *Impact of European Cultural Routes on SMEs innovation and competitiveness*, Provisional edition, European Commission and Council of Europe, September 2010.
63. Konar-Leacy Violane, IFC, Презентација: *Глобално партнерство у циљу стварања нових и квалитетних радних места у приватном сектору*, Београд, 31. јануар 2014.
64. Мијаčić Драгиша, Карпенманн Јурген, Средојевић Милана, *ITC in Serbia, At a Glance, GIZ-Program for Private Sector Development in Serbia ACCESS, Vojvodina ICT Cluster*, January 2011.
65. Министарство финансија и привреде Републике Србије, Билтен бр. 99 за новембар 2012, Београд, 2013.
66. Министарство привреде Републике Србије, *Информатор о раду Министарства привреде – ажуриран 29. новембра 2013*, Београд, новембар 2013.
67. Министарство културе и информисања Републике Србија, Тачка културног контакта, *Србија у култури, култура у Србији – Анализа учешћа Србије у програму Култура 2007/2013*, 2013.
68. Multilateral Investment Guarantee Agency, *MIGA Annual Report 2013*, 2013.
69. Multilateral Investment Guarantee Agency, Report, *Fostering Investments, Rebuilding Confidence*, MIGA, March 2012.
70. OECD, *Assessing barriers to trade in Services - Tourism Services*, TD/TC/WP(2000)10/Final, Paris, September 2000.
71. OECD, OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment, 4th edition, 2008.
72. OECD, „*About the OECD Tourism Committee*“, January 2013; January 2014.
73. Огњанов Гаљина, *Извештај о стању и перспективама локалног тржишта рада на USAID подручју међуопштинске сарадње Ужице, Нова Варош, Чајетина, Пријеполје и Прибој*, Београд, новембар 2013.
74. Општина Ариље, *Анализа туристичког потенцијала општине Ариље*, Општински пројекат exchange 3, „Туризам – нова шанса за сарадњу и развој, јануар 2011.
75. Official Journal of the EU L 176/2003, 15.7.2003.- *Decision No 1230/2003/EC*
76. Official Journal of the EU L 412/2006, 30.12.2006. – *Decision No 1982/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 concerning the Seventh Framework Programme of the European Community for research, technological development and demonstration activities (2007-2013)*

77. Official Journal of the EU C 226 of 10.9.2004. - *Communication from the Commission to the Member states of 2 September 2004 laying down guidelines for a Community initiative concerning trans-European cooperation intended to encourage harmonious and balanced development of the European territory - INTERREG III*
78. Official Journal of the EU L 371, 27.12.2006. - *Commission Regulation (EC) No 1828/2006 of 8 December 2006 setting out rules for the implementation of Council Regulation (EC) No 1083/2006 laying down general provisions on the European Regional Development Fund, the European Social Fund and the Cohesion Fund and of Regulation (EC) No 1080/2006 of the European Parliament and the Council on the European Regional Development Fund.*
79. Official Journal of the EU L 277, 21.10.2005. - *Council Regulation (EC) No 1698/2005 of 20 September 2006 on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD)*
80. Official Journal of the EEC L 375, 23.12.1989, *Council Regulation 3906/89, 18.12.1989.*
81. Official Journal of the EU L 315, 15.11.2006. – *Decision No 1672/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 2006 establishing a Community Programme for Employment and Social Solidarity - Progress*
82. Official Journal of the EU C 325, 30.12.2006. - *Opinion of the European Economic and Social Committee on the Communication from the Commission - A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism, COM (2006) 134 final, Brussels.*
83. Official Journal of the EU L 149, 9.6.2007. - *Regulation (EC) No 614/2007, of the European Parliament and of the Council of 23 May 2007 concerning the Financial Instrument for the Environmental (LIFE+)*
84. Official Journal of the EU L 327, 24.11.2006. – *Decision No 1718/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 15 November 2006 concerning the implementation of a programme of support for the European audiovisual sector (MEDIA 2007)*
85. Official Journal of the EU L 304, 3/11/2006, *Decision No 1622/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 2006 establishing a Community action for the European Capital of Culture event for the years 2007 to 2019.*
86. Official Journal of the EU C 306, 17.12.2007. – *Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community, signed at Lisbon, 13 December 2007.*
87. Official Journal of the EU C 306/01, 17.12.2007, *Уговор из Лисабона о изменама и допунама Уговора о Европској унији и Уговора о оснивању Европске заједнице*
88. Official Journal of the EU COM(2011) 786/2 – *Creative Europe – A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014/2020)*
89. Official Journal of the EU COM(97)385 final, *Final report on the implementation of the Petra programme – Action programme for the vocational training of young people and their preparation for adult and working life*
90. Привредна комора Србије, *Информатор о раду Привредне коморе Србије*, Београд, 16. децембар 2013.

91. Привредна комора Србије, *Статут Привредне коморе Србије*, Београд, јули 2002.
92. Програм Уједињених нација за развој у оквиру заједничког програма Уједињених нација „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“, *Јавно-приватно партнерство у руралном туризму*, 2011.
93. *Q&A on the legislative package of EU regional, employment and social policy for 2014-2020*, Brussels, 06.October 2011, MEMO/11/663
94. Regional Development Agency Zlatibor Uzice, Private Sector Development (PSD) Programme for Southwest Serbia, *Project Document for Phase 2 01.05.2013 – 30.4.2017*.
95. Регионална агенција за развој источне Србије, *Извештај о раду Регионалне агенције за развој источне Србије за 2012. годину*, 2013.
96. Република Србија - Републички завод за статистику, *Статистички календар Републике Србије 2013*, Београд, 2013.
97. Републички завод за статистику – Република Србија, *Два века развоја Србије: статистички преглед*, Београд, октобар 2008.
98. Републички завод за статистику, *Статистички годишњак*, Београд, 2012 (као и ранија издања 1996, 2001, 2004, 2006).
99. Rollinger Leopold, *Изградња локалних капацитета за рурални развој усмерена на унапређење туризма*, Уједињене нације – Програм за развој, Канцеларија у Србији, Београд, 2012.
100. Светозаревић Иван, Регионална агенција за развој источне Србије, *Водич за рурални развој*, 2012.
101. Switzerland's International Cooperation, *Annual report 2010*, Berne, 2011.
102. SDC, SECO, Swiss Cooperation Office Serbia, *Swiss Cooperation Strategy, Serbia 2014-2017*, Bern, January 2014.
103. „Службени гласник РС“ бр. 91/06, *Стратегија развоја туризма Републике Србије*
104. „Службени гласник РС“ бр. 36/09, 88/10, 99/11 – др. закони и 93/12, *Закон о туризму*
105. „Службени гласник РС“ бр. 80/92 и 67/93 – др. закон, *Закон о бањама*
106. „Службени гласник РС - Међународни уговори“, бр. 1/2010, *Закон о потврђивању Конвенције о очувању нематеријалног културног наслеђа*
107. Spain: *Annual Tourism Reporting Template 2011/2012*.
108. Schwab Klaus (Editor), World Economic Forum, *The Global Competitiveness Report 2011-2012*, Geneva, Switzerland, 2011.
109. Туристичка организација Србије, *Извештај о пословању Туристичке организације Србије од 1. јануара до 31. децембра 2012. године*, Београд, март 2013.
110. Туристичка организација Србије, *Извештај о пословању Туристичке организације Србије од 1. јануара до 31. децембра 2011. године*, Београд, фебруар 2012.
111. Туристичка организација Србије, *Одрживи и одговорни развој туризма у XXI веку*, Београд, 2000.
112. Туристичка организација Србије, *Програм рада са финансијским планом за 2013. годину*, Београд, фебруар 2013.

113. Уједињене Нације, *Програмски оквир за стратешко партнерство специјализованих агенција Уједињених нација и Републике Србије, за период од 2011. до 2015. године*, Београд, јун 2010.
114. УН, UNWTO, OECD, Eurostat, *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*, ST/ESA/STAT/SER.F/80/Rev.1, Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2010.
115. UNWTO, *World Tourism Barometer*, Volume 10, July 2012.
116. UNWTO, *UNWTO Annual Report 2012*, Madrid, Spain, 2013.
117. UNWTO, *UNWTO Knowledge Network – Where Theory Meets Practice*, UNWTO, 2013.
118. UNWTO, „Tourism&Leisure Advisory Services“ и локални партнери, Извештај: *Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији - извод*, 7. јун 2011.
119. UNWTO, *Statutes of the World Tourism Organization*, Madrid, Spain, October 2012.
120. UNWTO, *Tourism 2020 Vision: Global Forecast and Profiles of Market Segments*, Madrid, January 1, 2001.
121. UNDP, *Атлас туристичких потенцијала заштићених подручја Србије*, 2012.
122. UNESCO, *UNESCO World Heritage Atlas*, UNESCO, Paris, France, 2012.
123. UNESCO, *UNESCO at a glance*, ERI/2010/WS/2, UNESCO, Paris, France, 2010.
124. United Nations Environment Programme, *GEO-5 Global Environment Outlook: Environment for the future we want*, Progress Press Ltd, Malta, 2012.
125. United Nations Environment Programme, *UNEP Year Book 2013: Emerging Issues in Our Global environment*, United Nations Environment Programme, February 2013.
126. United Nations Conference on Trade and Development, *Report of the Expert Meeting on Strengthening the Capacity for Expanding the Tourism Sector in Developing Countries, with Particular Focus on Tour Operators, Travel Agencies and Other Suppliers*, Commission on Trade in Goods and Services, Geneva, 8-10 June 1998.
127. United Nations Conference on Trade and Development, *FDI in tourism: The development dimension*, UNCTAD Current Studies on FDI and Development, No. 4, New York and Geneva 2007.
128. UNCTAD, *World Investment Report 2012: Towards a New Generation of Investment Policies*, 2012.
129. USAID, *Abbreviated country development cooperation strategy, Fiscal years 2013-2017*, Serbia CDCS 2013-2017, 2013.
130. USAID, *Програм развоја туризма 2012-2022, Међуопштинско партнерство Краљево, Рашка, Врњачка Бања, Горњи Милановац и Чачак*, 2012.
131. USAID Sustainable Local Development Project (Contract 169-C-00-11-00102): *“SLDP Strategy concept for tourism support“*, Februar 1-May 31, 2012.
132. Helmut Kraemer-Eis, Frank Lang, Salome Gvetadze - European Investment Fund, *European Small Business Finance Outlook*, Working Paper 2013/20, December 2013.
133. Horwath Tourism & Leisure Consulting Member of Horwath International, *Tourism Multipliers Explained*, Published in Conjunction with the World Tourism Organisation, November 1981.

134. HOTREC, *HOTREC response on the Commission Communication on tourism*, 11 October 2010.
135. Commission of the European Communities, *Proposal for a Decision of the European Parliament and of the Council establishing a Competitiveness and Innovation Framework Programme (2007-2013)*, COM (2005) 121 final, 2005/0050 (COD) Brussels, 6.4.2005.
136. Commission of the European Communities, Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Community measures affecting Tourism (1997/99), COM(2001) 171 final, Brussels, 28.3.2001.
137. Council of Europe, DGIV/PAT/JEP(2008)21, *Handbook on the European Heritage Days – A practical guide*, 13 March 2009.
138. Council of Europe, *Impact of European Cultural Routes impact on SMEs' innovation and competitiveness*, 2010.
139. Council Regulation (EC) No 1698/2005 of 20 September 2005 on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD), Official Journal L 277, 21.10.2005.
140. Шарић Наташа и др., GTZ, *Manual for Tourism Start-ups*, изворни назив: *Приручник за вођење пансиона*, Београд, 2008.

IV Интернет сајтови

Дунавска комисија, <http://www.danubecommission.org/>
Дунавски центар за компетенцију, <http://danubecc.org/>
Народна банка Србије, <http://www.nbs.rs/>
Европска акциона група за путовања и туризам, <http://www.etag-euro.org>
Европска банка за обнову и развој, <http://www.ebrd.com>
Европска инвестициона банка, <http://www.eib.org/>
Европска туристичка комисија , <http://www.etc-corporate.org/>
Европска унија, <http://europa.eu/>
Европска федерација сеоског туризма, <http://www.eurogites.org>
Европски инвестициони фонд, <http://www.eif.org/>
Eurostat, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>
Међународна туристичка алијанса, http://www.aitgva.ch/AIT_Home.htm
Међународно удружење туристичких агенција и организатора путовања, <http://www.uftaa.org/>
Међународно удружење хотела и ресторана, <http://www.ih-ra.com/>
Министарство спољних послова Републике Србије, <http://www.mfa.gov.rs/>
Организација за економску сарадњу и развој, <http://www.oecd.org/>
Организација УН за образовање, науку и културу, <http://en.unesco.org/>
Програм УН за животну средину, <http://www.unep.org/>
Програм УН за развој, <http://www.undp.org.rs/>
Радна заједница подунавских земаља, <http://www.argedonau.at/neu/index.htm>
Регионална агенција за развој источне Србије, <http://raris.org>
Републички завод за статистику, <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/>
Савез европских националних паркова и паркова природе, <http://www.europarc.org>
Савез националних асоцијација туристичких агенција и организатора путовања у ЕУ, <http://www.ectaa.org/>
Светска банка, <http://www.worldbank.org/>
Светски савет за путовања и туризам, <http://www.wttc.org/>
Светска трговинска организација, <http://www.wto.org/english>
Светска туристичка организација, <http://www2.unwto.org/>
Туристичка организација Србије, <http://www.srbija.travel/>
УН: <http://www.un.org/>