

**SLAVOLJUB M. VUJOVIĆ**

**TURIZAM U SVETLU EKONOMIJE**  
**-monografija-**

**Beograd, 2018.**

**EKONOMSKI INSTITUT BEOGRAD**

*TURIZAM U SVETLU EKONOMIJE*

Monografija

**Autor:**

Dr Slavoljub Vujović, naučni savetnik

**Recenzenti:**

Dr Milan Milanović, redovni profesor i naučni savetnik

Dr Željko Bjeljac, naučni savetnik

Dr Slobodan Kotlica, redovni profesor

**Izdavač:** Ekonomski institut, Beograd

Kralja Milana 16

*Odluka Naučnog veća br. 122/3-4/2018.*

**Za izdavača:**

Dragan Šagovnović, generalni direktor

**Štampa:**

*Elite printe, Beograd*

**Tiraž:** 100

**ISBN 978-86-7329-116-1**

*„Možda je na ovom svetu neistine, nepravde i mržnje više,  
ali su istina, pravda i ljubav moćnije“  
(Patrijarh srpski Pavle).*

## PREDGOVOR

Istraživanje i analiza domaće i strane literature, posebno statistike o broju dolazaka, noćenja, ostvarenih prihoda i obima kapitala koji se obrće na svetskom turističkom tržištu, ukazuju na potrebu ozbiljnijeg i obuhvatnijeg multidisciplinarnog i interdisciplinarnog istraživanja i definisanja uloge i značaja turizma u širim ekonomskim i društvenim razvojnim procesima.

Međutim, s obzirom na postojeći, s teorijsko-naučnog i praktično-stručnog aspekta definisani značaj turizma, za dalja obuhvatnija istraživanja i osvetljavanje ekonomske, ali i šire društvene strane turizma, potrebni su opsežniji pristupi drugih nauka, pre svih ekonomije. U literaturi nije potpuno jasno definisano da li je turizam privredna djelatnost, grana ili sektor privrede, nekakav „fenomen“, ili „atraktivan biznis“?

Kada je riječ o sektorima privrede, u literaturi se turizam smiješta u uslužni (tercijarni) sektor privrede (i on se može deliti u dve podgrupe kvartarni i kvintarni), dok se preko analize direktnih i indirektnih, posebno multiplikativnih efekata, turizam može dovesti u vezu sa svim sektorima i djelatnostima privrede.

S obzirom da analiza istorije ekonomske misli, bez dileme ukazuje na prioritet značaja ekonomskih zakona i zakonitosti za čovjeka, u odnosu na sve druge nauke, definisan je naslov studije „Turizam u svjetlu ekonomije“, gdje i sam naslov ukazuje na odnos ekonomije i turizma, odnosno, širinu ekonomije u odnosu na turizam ali i međusobnu povezanost.

Jasno je da ekonomija stvara nove vrednosti. Ishod svih proizvedenih vrednosti je u potrošnji, na ovaj ili onaj način, dok turizam upravo podstiče potrošnju, što je u određenoj meri već obrađivano u formi naučnih radova.

Upravo zbog značaja odnosa i međuzavisnosti ekonomije i turizma, ovim istraživanjem se nastoje podstaći nova disciplinarna i interdisciplinarna istraživanja razvoja teorijske osnove turizma kao posebne naučne discipline „Turizmologije“, zatim, osnove za razvoj kritičkih pristupa izučavanju povezanosti drugih djelatnosti sa turizmom, rasprostiranje novih pristupa, koncepata, mreža i modela koji mogu biti razvijeni i primenjeni u izučavanju turizma, promociji novih istraživanja i sl.

Korištena su i dugogodišnja istraživanja prezentovana u pojedinim naučnim radovima, dok poseban značaj ima istraživanje u okviru projekta

broj 046001 finansiranog od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije, pod nazivom: *Razvoj i primena novih i tradicionalnih tehnologija u proizvodnji konkurentnih prehrambenih proizvoda sa dodatnom vrijednošću za evropsko i globalno tržište- Stvorimo bogatstvo iz bogatstva Srbije.*

Cilj istraživanja u okviru ovog projekta usmeren je na definisanje mogućnosti i modela plasmana proizvoda sa dodatnom vrednošću agrosektora Srbije na evropsko i svetsko tržište zahvaljujući mehanizmima turističke ponude. Dakle, nastoji se pojasniti, da agrosektor Srbije može ostvariti plasman svojih proizvoda na evropsko i svetsko tržište zahvaljujući razvoju turizma, korištenjem pogodnosti turističkog tržišta.

Autor

*„Nevolja je bilo i bivaće, ljudi i neljudi je bivalo i bivaće.*

*Okolnosti ne zavise uvek od nas, ali od nas zavisi da li ćemo biti ljudi ili  
neljudi“*

(Patrijarh srpski Pavle)

## SADRŽAJ

1. TEORIJSKO EKONOMSKE OSNOVE TURIZMA .....	11
1.1 TURIZAM I EKONOMIJA .....	11
1.2 EKONOMIJA I TURIZAM U SVJETLU RAZVOJA TEHNOEKONOMSKE I SOCIOEKONOMSKE SFERE .....	17
1.3 EKONOMIJA I TURIZAM U SVJETLU KAPITALA VELIKIH KORPORACIJA .....	19
1.4 RAZVOJ EKONOMIJE I TURIZMA U SVJETLU ZAKONODAVNO-PRAVNE REGULATIVE .....	24
1.5 GLOBALIZACIJA VALORIZACIJE LOKALNIH RESURSA.....	30
1.5.1 PRIRODNI RESURSI I PRIRODNI USLOVI.....	33
1.5.2 TEORIJSKO-METODOLOŠKE OSNOVE ISTRAŽIVANJA .....	35
1.5.3 ANALIZA I OCENA REZULTATA ISTRAŽIVANJA .....	36
2. RAZVOJNI ASPEKTI TURIZMA .....	39
2.1 UTICAJ GLOBALNIH SOCIOEKONOMSKIH I TEHNIČKO-TEHNOLOŠKIH PROMENA NA RAZVOJ TURIZMA..	39
2.2 TURIZAM U SVJETLU NEUSKLAĐENOSTI RAZVOJA TEHNOEKONOMSKE I SOCIOEKONOMSKE SFERE .....	43
2.3 RAZVOJNE PERFORMANSE TURIZMA NA GLOBALNOM NIVOU .....	44
2.4 UTICAJ TURIZMA NA KRUŽNI TOK EKONOMSKOG PROCESA .....	47
2.5 UTICAJ TURIZMA NA PLATNI BILANS, BRUTO DRUŠTVENI PROIZVOD I NACIONALNI DOHODAK .....	51
2.6 TURIZAM U FUNKCIJI PODSTICAJNOG FAKTORA EKONOMSKOG PROCESA.....	54
3. UTICAJ SOCIO-DEMOGRAFSKIH KARAKTERISTIKA STANOVNIŠTVA NA RAZVOJ TURIZMA .....	57
3.1 REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	66
3.2 ANALIZA VARIJANSE (ANOVA) .....	67
3.3 HI KVADRAT ANALIZA.....	69
3.4 KORELACIONA ANALIZA .....	81
3.5 LINEARNA REGRESIJA .....	83
3.6 PREPORUKE RAZVOJA SA ASPEKTA SOCIODEMOGRAFSKIH KARAKTERISTIKA STANOVNIŠTVA.....	87
DEO DRUGI .....	89
MIKROEKONOMSKI ASPEKTI .....	89
1. ZAPOSLENI U TURISTIČKOJ PRIVREDI - OSNOVNI FAKTOR RAZVOJA.....	90
1.2 ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA ZAPOSLENIH USLOVIMA RADA U TURISTIČKOJ PRIVREDI.....	90
1.2.1 METODOLOGIJA RADA .....	92
1.2.2 T TEST .....	96
1.2.3 ANALIZA VARIJANSE .....	96
1.2.4 VIŠESTRUKA REGRESIJA .....	106
1.2.5 KORELACIJA .....	110
1.2.6 PREPORUKE RAZVOJA SA ASPEKTA ZAPOSLENIH .....	111
2. VREDNOSTI KULTURE U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA.....	114
2.1 RAZVOJNI ASPEKTI AGROTURIZMA .....	116
2.2 UZAJAMNOST RAZVOJA POLJOPRIVREDE I TURIZMA.....	121
2.3 AGROTURIZAM VOJVODINE: KARAKTERISTIKE I SPECIFIČNOSTI .....	124
2.4 PREPORUKE ZA RAZVOJ AGROTURIZMA U VOJVODINI .....	129
2.5 ZNAČAJ KULTURE I LJUDSKOG STVARALAŠTVA ZA RAZVOJ AGROTURIZMA .....	133
ZAKLJUČAK.....	136
IZVORI I LITERATURA .....	142

## UVOD

Celokupan trud oko pisanja monografije usmeren je na objašnjenje naslova „Turizam u svetlu ekonomije“, kao polazne hipoteze - da je turizam deo ekonomije ili „dobro dete majke ekonomije“, te da su ekonomisti najpozvaniji da izučavaju i objašnjavaju šta je turizam.

Polazeći od pozitivnih, prvenstveno multiplikativnih efekata turizma u privredi, s jedne strane, i aktuelnih problema u ekonomiji na „nivou sveta“ ili, bolje reći „planetarnoj ekonomiji“, kako u teoriji, tako i u praksi, važno je analizirati turizam u svetlu ekonomije.

Ekonomija, ili bolje reći ekonomske nauke, tradicionalno pokušavaju teorijski objasniti probleme. Teorija je naravno u prednosti u odnosu na praksu. Istorija ekonomske misli potvrđuje podizanje prakse ekonomije na veći nivo od strane teorije. Sigurno, ako ni zbog čega, onda jesete zbog jednog od najvećih problema savremene ekonomije i društva, korupcije i nejednakosti.

Kao vodeći problem nameće se pitanje, kako pojasniti ekonomske nejednakosti u svetu kreirane procesom globalizacije od strane manjine koja kontroliše materijalno bogatstvo?

Kako proces globalizacije podstiče nejednakosti i kako se globalni problemi kroz politiku manifestuju na nacionalne države, sjajno pojašnjava poznati svetski ekonomista Milanović u knjizi „Globalna nejednakost“<sup>1</sup>.

Bogatu manjinu Milanović deli u četiri kategorije: one koji su nasledili bogatstvo, one koji su do bogatstva došli inovacijama, treći koristeći monopole i četvrti uz pomoć političkih mahinacija. No, kada je turizam u pitanju, ipak može doći do preliivanja sredstava bogatih u korist nerazvijenih privreda zahvaljujući prirodnim i etnografskim vrednostima kojim ekonomski nerazvijene države raspolažu.

Međutim, sve ove nejednakosti i sve dublji jaz između siromašne većine i bogate manjine, mogu se dovesti u direktnu vezu sa temeljnim činiocima turizma- slobodnim finansijskim sredstvima i slobodnim vremenom.

Cilj analize turizma u svetlu ekonomije, jeste prikazati ili osvetliti pozitivnosti turizma kao privredne delatnosti kroz razvojne aspekte, tj. kroz potrošnju. Kroz potrošnju turista, kroz tržišne mehanizme moguće

---

<sup>1</sup> Milanović, B., (2016). Globalne nejednakosti, Akademska knjiga, Novi Sad



je sagledati specifičnosti i mehanizme delovanja ponude i tražnje na turističkom tržištu izvan zakonitosti konvencionalne ekonomije.

*„Uvek, u svim okolnostima života, pa i onim najtežim,  
treba imati na umu svetu poruku Hristovu:  
Što hoćete da čine vama ljudi, tako činite i vi njima“.*

*(Patrijarh srpski Pavle)*

## DEO I

### MAKROEKONOMSKI ASPEKTI

# 1. TEORIJSKO EKONOMSKE OSNOVE TURIZMA

## 1.1 Turizam i ekonomija

U najkraćem, sa aspekta metoda apstrakcije i metoda verifikacije, ekonomija je nauka preduslov svim ostalim naukama, ili kako navodi, jedan od najboljih svetskih ekonomista svoga vremena Alfred Maršal "ekonomija se bavi proučavanjem čovečanstva u svakodnevnom životu". U cilju što jasnijeg objašnjenja odnosa ekonomije i turizma, potrebno je dati odgovor na pitanja: gde je suština ekonomije i turizma, i ko pokreće ili na čemu se baziraju ekonomija i turizam?

Odgovor, konkretan i jasan, glasi: baziraju se na znanju! Na humanom kapitalu. Znanje je svojstveno čovjeku. Može se reći da je znanje glavni ili osnovni faktor razvoja ekonomije i turizma.

Suština odgovora leži u porukama samih reči „OIKOS i NOMOS“. Prvo preživeti, sačuvati fizički život, imati hranu i krov nad glavom. Kasnije dolazi biološka produkcija.

*Korijeni tri temeljna prava čovjeka, sežu u dosta daleka vremena. Stari grci su isticali, kao tri osnovna prava, preduslov svim pravima: pravo na život, pravo na slobodu i pravo na imovinu<sup>2</sup>, dok Tihon Ševkunov<sup>3</sup> ispred ova tri prava stavlja dostojanstvo ili pravo na dostojanstvo.*

Duhovni razvoj, po učenju Ruske pravoslavne crkve, kao osnovnu, polaznu vrednost ukupnog razvoja društva uzima dostojanstvo čovjeka. Dakle, velikodostojnici RPC definišu dostojanstvo čovjeka kao vrednost preduslov svim ostalim vrednostima- ljudska prava i slobode itd. Ova navedena prava imaju temeljni značaj naravno i kod ekonomskog razvoja<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Vujović S., Spajić, J., Vukosavljević, D., (2011), *Anatomizovanje turističke tražnje u svetlu ekonomskih zakonitosti, fenomena, efekata i paradoksa u potrošnji*, Ekonomika Poljoprivrede 2011 (58) 4 (str: 563-576). YU ISSN 0352-3462. UDC: 338.486.1.02

<sup>3</sup> Ševkunov, T., (2016): *Nesveti a sveti i druge priče*, Krug komerce, Beograd

<sup>4</sup> „Tako, u istočno- hrišćanskoj tradiciji pojam „dostojanstvo“ ima, pre svega, moralni smisao, a predstave o tome šta je dostojno, a šta nije dostojno, u čvrstoj su vezi sa moralnim ili nemoralnim postupcima čovjeka i sa unutrašnjim stanjem njegove duše. Uzimajući u obzir stanje ljudske prirode pomračeno grehom, važno je

Sva tri prava: pravo na život, pravo na slobodu i pravo na imovinu, čovjek je imao mnogo davno u prošlosti, u daleka vremena P.N.E. Dok je opstao, imao je nekakvo pravo na život (ili je preživljavao zahvaljujući isključivo sopstvenoj snalažljivosti). U vreme prvobitne zajednice imao je pravo na imovinu (imao je pravo na motku i na sopstvenu ženu). Motka kojom je lovio plen bila je njegova dok mu je neko nije oteo ili poginuo sa njom. Imao je i ženu-polagao pravo na nju.

Dakle, i tada (npr. 10.000 godina P.N.E) do današnjih dana, cilj ekonomije bio je obezbediti uslove života. Pribaviti ili proizvesti ekonomska dobra za porodicu.

Sposobniji pojedinci su naravno proizvodili ili pribavljali više nego što je bilo potrebno da bi prehranili sopstvenu porodicu.

Razvoj ekonomije podstiče društveno-ekonomske i tehničko-tehnološke promene, podstiče razvoj društva generalno, razvoj uslova života, što dovodi do pojave slobodnog vremena i slobodnih novčanih sredstava. Tek kada pojedinac ima slobodno vreme i slobodna novčana sredstva može da razmišlja o putovanjima i odmoru van stalnog mesta boravka (skijanje, rafting, plivanje, lečenje u nekoj banji i sl.). Znači, pojedinci se bave stalno nekakvom ekonomijom, bilo da imaju sopstveni biznis ili

---

jasno razlikovati dostojno i nedostojno u životu čovjeka”. Za čovjeka je nedostojan život u grehu jer on razara samog čovjeka, a takođe nanosi štetu i drugim ljudima, kao i prirodi koja nas okružuje. Greh preokreće jerarhiju odnosa u prirodi čovjeka. Umesto da duh vlada telom, u grehu se on pokorava telu, na šta obraća pažnju Sveti Jovan Zlatousti: „*Mi smo preokrenuli poredak i zlo je tako ojačalo da mi primoravamo dušu da sledi želje tela*“ (Beseda 12 na Knjigu Postanja). Život po zakonu tela protivan je Božijim zapovestima i ne odgovara moralnom zakonu kojeg je Bog položio u prirodu čovjeka. U odnosima s drugim ljudima, pod uticajem greha, čovjek deluje kao egoista koji se stara da zadovolji svoje potrebe na račun bližnjih. Takav život je opasan za ličnost, društvo i prirodu koja nas okružuje jer narušava harmoniju bića, preokreće se u duševna i telesna stradanja, bolesti i ranjivost usled posledica razaranja životne sredine. Moralno nedostojan život ne razara ontološki Bogom dato dostojanstvo, ali ga tako jako pomračuje, da se ono skoro ni ne može prepoznati. Upravo zbog toga je potreban ogroman napor volje, da bismo uvideli, a još više, priznali prirodno dostojanstvo teškog prestupnika ili tiranina. Slabost institucije ljudskih prava je u tome što ona, štiteći slobodu izbora, sve manje i manje uzima u obzir moralnu dimenziju života i slobodu od greha. Društveno uređenje treba da se orijentise na obe slobode, harmonizujući njihovo ostvarenje u javnoj sferi. Ne može se štititi jedna sloboda, a da se previda druga. Slobodno stajanje u dobru i istini nemoguće je bez slobode izbora. Isto tako, i slobodni izbor gubi svoju vrednost i smisao, ukoliko se okreće zlu. U vezi fusnote više videti Nataša Poljak, prevod: <https://svetosavlje.org/osnovi-ucenja-ruske-pravoslavne-crkve-o-dostojanstvu-slobodi-i-ljudskim-pravima/?pismo=lat>. 04.11.2016.

rade kod drugog, ali moraju raditi da bi pribavili sredstva za život, ili ih neko drugi hrani. Ukoliko neko nekoga hrani ili izdržava, znači on zarađuje za njega.

S druge strane, svi oni koji prodaju neke proizvode i usluge, onima koji kupuju, prodaju za nekakav novac. Znači svi se bave ekonomijom.

Turisti u nekoj destinaciji plaćaju usluge novcem koji su predhodno negde zaradili. Znači pre dolaska i trošenja novca u destinaciji, negde su zaradili novac ili došli do toga novca na drugi način koji je opet neko zaradio. Oni su se bavili ekonomijom pre dolaska u destinaciju, dok se oni koji im uzimaju novac u destinaciji (prodajući im razne usluge i proizvode) bave ekonomijom zarađujući novac. Znači, bez ekonomije, ni jedni ni drugi nemogu. Ekonomija je i preduslov i cilj. Turistima, da bi došli u destinaciju, preduslov je da imaju novac, a onima koji im nude proizvode i usluge, novac je bio preduslov da obezbede te proizvode i usluge koje prodaju da bi opet zaradili novac.

U kontekstu slobodnog vremena i slobodnih novčanih sredstava potrebno je pojasniti svojstva motiva i potreba. Motivi i potrebe predhode bilo kakvim aktivnostima vezanim za turizam. U okviru motiva i potreba javljaju se dosta specifična pitanja važna za ovu temu. Kada pojedinac prelazi sa određenog nivoa na viši nivo? Kada prelazi sa egzistencijalnih potreba na viši nivo? Šta je sa strukturom, odnosno kvalitetom vrednosti kojima se zadovoljavaju potrebe<sup>5</sup> (hrana, odeća i sl.).

*Eks-ante* pristup ekonomskom anatomizovanju turizma na direktan ili indirektan način vodi u daleku prošlost istorije ekonomske misli. U svetlu državnog intervencionizma i uloge tržišnog mehanizma, indirektno ekonomski koreni turizma naziru se u vreme Merkantilizma (16 i 17 vek) i Fiziokratizma 18 vek. Principi utemeljivača klasične ekonomske misli (poznato delo „Bogatstvo naroda“) Adama Smita (1723-1790): odbacivanje zaštitnih carina i taksi, napuštanje državnog

---

<sup>5</sup> Prema istraživanju konsultantske kuće „Kapgemini“ i investicione banke Meril Linč, „bogataši“ u svetu, od raspoloživog kapitala po glavi stanovnika, izdvajaju 22% za kupovinu umetničkih dela, koliko odlazi i za ulaganja u zlato, nakit i ostalo, 15% odvajaju za kupovinu raznih antikviteta, vina, zlatnika i sl., dok ostalo investiraju u slobodne aktivnosti, sport, turizam i sl. (Radovan Pavlović, Politika, 03.07.2011). S aspekta pojedinca u kontekstu slobodnog vremena i slobodnih novčanih sredstava (uslovljeni novcem-prihodima i potrebama), ozbiljn uticaj imaju: materijalno nasleđstvo, obrazovanje, životna dob i zaposlenje.

intervencionizma i zalaganje za slobodnu konkurenciju su određeni preduslovi nastanku i razvoju turizma.

Rešenja za neka od suštinskih problema turizma, tokom istorije, kao problemi promenljivosti turističke tražnje i problem komplikovane promenljivosti turističke ponude mogu se tražiti u analizama utemeljivača neoklasične ekonomske misli Alfreda Maršala (1842-1924). Šta određuje, ili šta je presudno za cenu turističke usluge-proizvoda. Faktori na strani turističke ponude ili faktori na strani turističke tražnje? Maršal je pomirio stavove i sporenja između klasičnih ekonomista i marginalista, o tome šta određuje cenu nekog proizvoda uvodeći faktor vreme, što je neizmeriv doprinos kod analize ponašanja (cenovne i drugih elastičnosti) turističke ponude u vrlo kratkom, kratkom i dugom roku.

Može određena senzacija (npr. pojava Gospe u Zapadnoj Hercegovini) presudno delovati na formiranje cene turističkih usluga u kratkom ili vrlo kratkom roku (psihološki efekti na strani tražnje), dok u dugom roku određenje cene je uvek na strani ponude ili proizvođača (presudni troškovi). Presudna je ekonomija-stvaranje nove vrednosti.

Pojašnjavajući značaj faktora proizvodnje i faktora razvoja Alfred Maršal osnovnim klasičnim faktorima proizvodnje: rad, zemlja i kapital, dodao je i četvrti faktor proizvodnje-organizaciju. Dosta kasnije posle A. Maršala, u novije doba, ekonomisti (Dragičević, Galbrajt, Kejns) - prostor, informacije i vreme tretiraju kao dodatne faktore predhodno navedenim faktorima, neophodne za ekonomski razvoj, a koji generišu i razvoj turizma.

Da su slobodno vreme i slobodna novčana sredstva polazni faktori razvoja turizma, saglasni su svi u svetu priznati poznavaoци turizma počev od Kurta Krapfa i Valtera Huncikera do današnjih dana. Znači, ekonomski razvoj ili ekonomska razvijenost je preduslov bilo kakvom razvoju turizma. Jer ekonomski razvoj je preduslov i postojanju turističke ponude.

Dakle, tek na određenom stepenu ekonomske razvijenosti ili ekonomske sigurnosti čovjek razmišlja o turizmu. Kako Maslou<sup>6</sup> definiše i grupiše potrebe, tek posle zadovoljenja potreba drugog nivoa-potreba za sigurnošću, čovjek počinje da razmišlja o potrebama vezanim za turizam. Znači on je rešio problem (zadovoljio) egzistencijalnih potreba i potreba za sigurnošću. Utvrditi gde počinju ili gde se tačno javljaju

---

<sup>6</sup> Maslow, A. H. (1979): *Motivacija i ličnost*, Nolit, Beograd, str.169.

potrebe za turizmom veoma je delikatno pitanje i karakteristika pojedinca prožeta individualnošću.

Međutim, posmatrano sa šireg aspekta ekonomije, cilj svih ekonomskih aktivnosti bilo na direktan ili indirektan način, može se svesti opet na slobodno vreme i slobodna novčana sredstva. Imati dovoljno novca i slobodnog vremena. Svodi se na potrošnju. Ovde se dolazi do neraskidive povezanosti ili bolje reći životne zavisnosti turizma od ekonomije. Kasnije razvijeni turizam „vraća“ pozitivne benefite ekonomiji.

Temeljni ekonomski ciklus, kako je Aristotel isticao-proizvodnja, raspodela, razmena i potrošnja, kadasu organizovane i funkcionišu efikasno, podstiču razvoj turizma, jer se u ovom ekonomskom ciklusu ili procesu stvaraju sredstva neophodna za turističku potrošnju, dok, s druge strane, potrošnja podstiče ekonomski proces stvaranja novih vrednosti.

U ekonomiji je (Krippendorf, Srđan i Zora Marković, Dulčić) opšteprihvaćen stav da su slobodno vreme i višak novčanih sredstava dva ključna preduslova za razvoj turizma. Ponuda i tražnja, kao ključni mehanizmi tržišta, omogućavaju spoznaju specifičnih razvojnih aspekata turizma.

Analiza ekonomskih zakonitosti, fenomena i paradoksa u turističkoj potrošnji objašnjava određene specifičnosti turizma koje konvencionni mehanizmi tržišta ne tretiraju.

„Teorijska diskusija na temu empirijske analize u ekonomiji traje od vremena nastanka ekonomije kao nauke. U samoj definiciji ekonomske nauke nalazi se tumačenje ekonomskih činjenica i istraživanje njihovih međusobnih veza.

Savremena diskusija bazirana je na sledećim pitanjima:

- u kojoj meri se matematički metodi i rešenja baziraju na empirijskim činjenicama;
- da li empirijske činjenice ne predstavljaju samo materijal koji treba da potvrdi unapred već konstituisane teorijske zaključke, i
- u kojoj meri se vrši pravi odabir empirijskog materijala<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup><https://www.google.rs/webhp?> (06.05.2015)

Ponašanje potrošača na turističkom tržištu uslovljeno je uticajima brojnih faktora čije delovanje se može objasniti zakonitim pojavama koje kreiraju kretanje turističke ponude i tražnje. Specifičnost današnje tražnje na turističkom tržištu ogleda se u njenom nevezivanju za određeno tržište.

Zahvaljujući savremenim sredstvima komunikacije i prevoza, najudaljenije destinacije na planeti zemlji postale su lako dostupne turistima koji poseduju novac.

Među najpoznatijim analizama izuzetaka zakonitosti u potrošnji koje mogu da se primene i na turističku potrošnju su: *Engelovi zakoni (Ernest Engel)*, *Gifenov paradoks-Gifanova roba (Robert Giffen)*, *Veblenov efekat (Torsten Veblen)* i *Kuznjecov fenomen (Sajmon Kuznjec)*<sup>8</sup>.

Analiza Kuznecove teorije i Engelovih zakona upravo potvrđuju tezu o uslovljenosti pojave i razvoja turizma, postojanošću i razvijenošću ekonomije, a posebno neke od specifičnosti tražnje.

Specifičnost turističke tražnje, za razliku od ponude i tražnje na ostalim tržištima, je njena preosetljivost. Zbog toga, za turističku tražnju važe ekonomski zakoni prilagodljivosti na dugi, trenutni i kratak rok.

Istraživanja su pokazala da nije problem prilagođavanje turističke ponude na dugi rok, dok prilagođavanje na kratak, odnosno, trenutni rok, prate veliki problemi.

Brojni su faktori koji utiču na intenzitet turističke tražnje. Specifičnost turističke tražnje implicira sve ove faktore, ali i niz ostalih. Izuzeci ekonomskih zakonitosti, efekti, paradoksi i fenomeni daju doprinos njenom pojašnjenju.

Većita dilema između klasičnih ekonomista i marginalista: šta je presudno za cenu turističke usluge, da li faktori na strani ponude ili na strani tražnje, rešena je kompromisom, uvođenjem faktora vreme, pojašnjavajući tako njegov značaj u dugom, kratkom i vrlo kratkom roku<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup>Vujović, S., Spajić, J., Vukosavljević, D., (2011), *Anatomizovanje turističke tražnje u svetlu ekonomskih zakonitosti, fenomena, efekata i paradoksa u potrošnji*, Ekonomika Poljoprivrede, br. 4/2011 (58) 4 (str:563-576), Srbija

<sup>9</sup>Vujović, S., Spajić, J., Vukosavljević, D., (2011), *Anatomizovanje turističke tražnje u svetlu ekonomskih zakonitosti, fenomena, efekata i paradoksa u potrošnji*, Ekonomika Poljoprivrede, br. 4/2011 (58) 4 (str: 563-576), Srbija



## 1.2 Ekonomija i turizam u svjetlu razvoja tehnoekonomske i socioekonomske sfere

Dok je po Adamu Smitu rad izvor sveg bogatstva (podela rada po njemu je ograničena veličinom tržišta, što je tržište veće to je razvijenija podela rada), američki ekonomista Nurel Rubini (koji je prvi najavio krizu finansijskog sektora 2008. godine), javno je više puta upozorio da tržišta ne funkcionišu i da kapitalizam, idući u smeru i tempom kako trenutno ide, može sebe da uništi. Mada, i čuveni nobelovac Pol Krugman, kao preporuku rešenja problema—opadanje prihoda kompanija, nemogućnosti prodaje proizvedenog, povećanje nezaposlenosti i smanjivanje kupovne moći stanovništva, upućuje na preporuke Dž. M. Kejnsa—da u ovakvim situacijama država treba da se pojavi u ulozi potrošača (bez države nema rešenja), Frolov<sup>10</sup> ukazuje da predhodne probleme i probleme svetske finansijske krize treba tražiti u području razvoja tehnoekonomske i socioekonomske sfere, respektujući ulogu institucija u tehnološkom progresu<sup>11</sup>.

Tehnološki prodori, kroz istoriju ekonomije, inicirani i vođeni znanjem pod kontrolom kapitala drugih (obično velikih korporacija), uvek su generisani individualnim znanjima (inovacije, izumi i otkrića razna, i sl.).

Velike korporacije, danas, kao gorući problem navode nemogućnost prodaje proizvedenog. Nisu tehnologije ni proizvodnja problem. Dominantni faktori proizvodnje: mašine, sirovine, radna snaga i znanje, nisu problem. Znači problem je tržište, tj. prodaja. Te iste korporacije i njihovi lideri i savetnici lidera (ponekad i univerzitetski profesori), osamdesetih godina dvadesetog veka, forsirali su tezu da ekonomija treba da ide u pravcu usluga, da bruto proizvod na globalnom nivou u svetu, većim delom čine usluge.

Raskorak ili neuvažavanje principa i zakonitosti socioekonomske sfere, od strane dinamike razvoja tehnoekonomske sfere, uzrokuje mnoge ekonomske i društvene probleme.

Međutim, koliko je dinamika razvoja obe sfere, uslovljena uticajima zakona i zakonitosti evolucione i institucionalne ekonomije, u toj meri su

---

<sup>10</sup> Frolov Daniil Petrovič (2011), *Teorija kriza posle krize-Tehnologija versus instituti*, Socijalna misao, br. 4/2011. Strana: 41, 51. Socijalna misao. Beograd.

<sup>11</sup> Vujović, S., Spajić, J., Vukosavljević, D., (2011), *Anatomizovanje turističke tražnje u svjetlu ekonomskih zakonitosti, fenomena, efekata i paradoksa u potrošnji*, Ekonomika Poljoprivrede, br. 4/2011 (58) 4 (str: 563-576), Srbija

i problemi koje uzrokuje raskorak razvoja između ove dve sfere, uslovljeni radom-uticajima institucija sistema.

Ekspanzija ekonomskih problema reflektovanih kroz prizmu finansija, upravo u razvijenim privredama, poprima sve veće razmere. Ako su svi finansijski centri moći, finansijske institucije i najnovije tehnologije kod razvijenih privreda sveta, postavlja se pitanje šta je uzrok ekonomske krize i zašto se pojavljuju finansijski problemi u tim privredama.

Svi moćni savezi i blokovske podele sveta (misli se pre svega na NATO i EU) na planetarnom nivou, imaju ekonomske probleme i traže rešenje ekonomskih problema (po cenu otvaranja novih ratnih sukoba) kod manje razvijenih zemalja, posebno ako te zemlje raspolažu interesantnim prirodnim resursima<sup>12</sup>.

Velike korporacije nametnule su potpuno nov koncept uređenja društveno-ekonomskih odnosa, tzv. „korporatokratiju“. No, i korporatokratija je u problemima. Intenzivna potraga za najnižim nadnicama, najblažim propisima i najjeftinijim resursima u cilju ostvarivanja ekstra profita, samo su neki od reprezentata korporatokratije. Konkurencija se zasniva na sledećem: Ko će raditi za manje novca? Ko će pristati na pola radnog vremena? Ko će se odreći zdravstvenog osiguranja i propisa o zaštiti na radu? Ko će dozvoliti da mu se otrovni otpad baca u dvorište<sup>13</sup>? Sve ove pojave imaju ozbiljne uticaje na razvoj ekonomije i turizma u budućnosti<sup>14</sup>.

„U novoj svjetskoj krizi, koju prati još veća konkurencija i neizbježan neuspjeh svjetske ekonomije, globalno tržište će se podijeliti na skup višestepenih makroregiona. Izvan tih regiona će biti ne samo nemoguće napredovati nego i uopšte opstati, što će mnoge narode dovesti pred već zaboravljeni izbor. Biće to izbor između različitih makroregiona<sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup>Vujović, S., Vukosavljević, D. (2013): *Problemi ekonomije u svetlu disproporcije razvoja tehnokonomske i socioekonomske svere*, Treća Internacionalna naučna konferencija, Decembar 6.-7.2013. god. „EKONOMIJA INTEGRACIJA“–ICEI 2013 Znanjem od recesije ka prosperitetu, Univerzitet u Tuzli, Ekonomski fakultet.

<sup>13</sup> Goldsmith E., and Mender J., (1996), *The Case Against the Global Economy: And for a Turn Toward the Local*, Sierra Club Books, San Francisco

<sup>14</sup> Vujović, S., Stevanović, S., Petrović, D., (2010). *Negativni efekti stranih direktnih investicija-iskustva nekih zemalja*, Ekonomika poljoprivrede. God./Vol. LVII, br. 2/2010. Beograd. UDC: 338.43:63; YU ISSN 0352-3462. Beograd. (Str.175-192).

<sup>15</sup> Genadijević Deljagin Mihail (2016), *Između istoka i zapada- ulazak u NATO je neohodna etapa pristupanja EU, obezbeđujući potčinjenost nacionalnih elita interesima SAD*, str. 3, <http://www.standard.rs/mihail-deljagin-izbor-izmedju-istoka-i-zapada-danas.html>, (10.02.2017)

S obzirom na aktuelne ekonomske probleme kako na globalnom nivou, tako i regionalnim i nivoima država, nameće se zaključak da dalji razvoj treba tražiti kroz analizu odnosa, ili bolje reći, međuzavisnosti tehnokonomske i socio-ekonomske sfere u kontekstu ukupne ekonomije a pod kontrolom multinacionalnih korporacija.

Tehno-ekonomska i socio-ekonomska sfera su međusobno povezane po modelu uzrok-posledica, dok su sva kretanja u obe navedene sfere, uslovljena institucionalnom i evolucionom ekonomijom, institucijama i institutima sistema.

### **1.3 Ekonomija i turizam u svetlu kapitala velikih korporacija**

Danas, shodno privrednim kretanjima ili bolje rečeno karakteristikama problema koji potresaju privrede i razvijenih i nerazvijenih zemalja, može se zaključiti da su velike korporacije generatori istih. Realnu moć, realne tokove kapitala na globalnom nivou određuju velike korporacije. Politička moć je samo prečica do realne moći, dok je ekonomska moć prava moć. Staro drevno pravilo “da uvek odlučuje onaj ko ima vlast, a vlast je tamo gde je kapital”, danas, ulaskom u XXI vek, postalo je formula procesa globalizacije. Finansijski centri moći diktiraju promene međunarodnih ekonomskih odnosa<sup>16</sup>. „Celokupan se društveni život odvija pod kontrolom triju grupa, političara: finansijskih političara, korporacijskih političara i vladinih političara<sup>17</sup>“.

Velike korporacije iz zapadnih država jednostavno osvajaju i porobljavaju sve ostale gde procene da mogu znatno uvećati kapital. Upravo su trka za profitom, po svaku cijenu i neuvažavanje principa i interesa prirodne i društvene sredine, od strane velikih korporacija uzrok mnogih ekonomskih problema i kriza<sup>18</sup>.

Međutim, treba napomenuti da, realizacija ovih ciljeva ne bi bila izvodljiva bez pomoći lokalnih vlada (vlade država u koje ulazi kapital

---

<sup>16</sup> Vujović, S., (2004), *Mogućnosti finansiranja materijalne osnove novih turističkih destinacija sredstvima međunarodnih finansijskih organizacija*, Naučno-stručni časopis Turizam, br. 8, YU ISSN 1450-6661. Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, PMF, Novi Sad, str: 93-96.

<sup>17</sup> Dragičević, A., (1986), *Vizija i zbilja: marksizam i suvremenost*, Informator, Zagreb, 287.

<sup>18</sup> Vujović, S., Stevanović, S., Petrović, D., (2010). *Negativni efekti stranih direktnih investicija-iskustva nekih zemalja*, Ekonomika poljoprivrede. God./Vol. LVII, br. 2/2010. Beograd. UDC: 338.43:63; YU ISSN 0352-3462. Beograd. (Str.175-192).

velikih korporacija) koje kroz institucije sistema (socijalnim tehnologijama) osiguravaju logističku podršku, osiguravajući enormne zarade pojedincima na pozicijama vlasti.

Obrazlažući ideju o savršenoj državi David Hume (Dejvid Hjum), kao faktor od koga zavise svi aspekti uspostavljanja savršene države, navodi Vladu, tj. izvršnu vlast. Problemi ekonomije i društva uzrokovani dinamikom razvoja tehnoekonomske i socioekonomske sfere, uvek se odvijaju pod uticajem neke Vlade<sup>19</sup>. Slično Hjumu, Jean-Jacques Rousseau (Žan-Žak Ruso), pobornik prirode i prirodnih zakonitosti, navodi da za stvaranje sređenog društva i države presudnu ulogu ima zakonodavac<sup>20</sup>.

Jedan od generatora problema tehnoekonomske i socioekonomske sfere, i ukupne ekonomije, na svim nivoima-lokalnom, regionalnom, kontinentalnom i svetskom nivou, jeste kontrola zakonodavne i izvršne vlasti od strane velikih korporacija. Činjenica da samo tri američka penziona fonda raspolažu sa 500 milijardi dolara, potvrđuje moć koja može da ruši ili uspostavlja ne samo vlade već i države, izdižući ekonomsku moć korporacija iznad država<sup>21</sup>. „Njihova težnja za ekonomskom i političkom prevlašću u zemlji i inostranstvu nema granica i ne bira sredstva. Osim svih klasičnih metoda sada se primenjuju i takve mere koje nas podsjećaju na dobro poznato fašističko nasilje. Ono ponegde poprima monstruozne oblike i dostiže razmere kakve ne pamtí istorija civilizacije. I eksploatacija vlastitih sugrađana i drugih naroda često osigurava nezapamćeno fantastična bogaćenja i pojedinaca i mnogih interesnih grupa kojima to društveni položaj i uticaj omogućava“<sup>22</sup>.

U skoroj prošlosti dvadesetog veka, dominantne blokovske podele (kapitalistički zapad i socijalistički istok), jaz između razvijenih i

---

<sup>19</sup> David Hume (1994): *Political Essays*, Published by the Press Syndicate of the University Press, 90, 91 i 300.

<sup>20</sup> „Zakonodavac (...) to je posebna i viša funkcija koja nema ničeg zajedničkog sa vladavinom ljudima, jer onaj koji zapovijeda ljudima ne treba da stvara zakone, onaj ko stvara zakone ne treba da zapoveda ljudima, inače bi ti zakoni, oruđa njegovih strasti, često u beskonačnost produžavali njegove nepravde, .... (Žan Žak Ruso, 2011, str. 55)“.

<sup>21</sup> Vujović, S., Stevanović, S., Petrović, D., (2010). *Negativni efekti stranih direktnih investicija-iskustva nekih zemalja*, Ekonomika poljoprivrede. God./Vol. LVII, br. 2/2010. Beograd. UDC: 338.43:63; YU ISSN 0352-3462. Beograd. (Str.175-192).

<sup>22</sup> Dragičević, A., (1986), *Vizija i zbilja: marksizam i suvremenost*, Informator, Zagreb, 293, i Dragičević, A., (1983), *Leksikon ekonomije*.

nerazvijenih zemalja (bogate i siromašne), produbljivan je upravo zahvaljujući tehnološkoj prednosti industrijski razvijenih zemalja. Industrijski razvijene zemlje su isto znanje i iskustvo po dva puta prodavale nerazvijenim zemljama: prvo, prodavajući im razne proizvode i usluge (konstantno radeći na unapređenju sopstvene postojeće tehnologije), i drugi put- prodavajući im sopstvenu već prevaziđenu tehniku i tehnologiju kojom su proizvodile prodavane proizvode, a kod sebe uvodeći novu tehniku i tehnologiju.

Međutim, krajem XX i početkom XXI veka dolazi do znatnih privrednih, takozvanih „tranzicijskih“ promena na nivou država i saveza država. Da li je želja za enormnim profitima, velikih korporacija (preko noći napraviti stotine milijardi dolara) dovela do njih, ili su u pitanju teze o prenaseljenosti planete ili je isključivo u pitanju zloupotreba znanja<sup>23</sup>? Da li su decenijski modeli funkcionisanja privrednih sistema istrošeni ili ne donose enormne profite (korporativni model SAD, familijarni model italijansko-vatikanski, bizmarkov model njemačke privrede ili istočnjački modeli bazirani na Šintoizmu i Konfučionizmu? Odgovore na navedena pitanja treba tražiti u aktuelnim privrednim kretanjima. Izgleda „korporatokratija“ vodi korporatizaciji planete, u smislu da jedna ili dve korporacije kontrolišu sve: i tehničko-tehnološku i socioekonomsku sferu, sisteme obrazovanja, prirodnu sredinu, sve resurse i sve ostale aspekte u funkciji ostvarivanja profita. Kontrolišu, dakle, i razvoj turizma i ekonomije.

Da se aktuelna privredna kretanja odvijaju po izmenjenim modelima, da se razvojni tehnoeekonomski i socioekonomski procesi, danas u XXI vijeku odvijaju pod ingerencijom velikih korporacija, potvrđuje i aktuelni ekonomski model evropskih integracija. Aktuelna ekonomska situacija u svim zemljama starog kontinenta, potvrđuje da se evropski model integracija bazira na korporativnoj kolonijalizaciji. Kako navodi ruski akademik Deljagin<sup>24</sup>: *visokotehnološka produkcija novih članica postala je nekonkurentna na unutrašnjem tržištu EU, a njihova evropska orijentacija ih je dovela do deindustrijalizacije. 'Hiperkonkurencija' evropskih firmi dovela je do masovne nezaposlenosti i dekvifikacije radničke snage te prestrojavanja radničke snage u maloprodajnu*

---

<sup>23</sup> Pr. Alfreda Nobela: cilj mu je bio da njegov pronalazak koristi ljudima u poslu, u ekonomske svrhe a ne nikako za međusobna uništavanja; ili izum Nikole Tesle?

<sup>24</sup> Genadijevič Deljagin Mihail (2016), Između istoka i zapada- ulazak u NATO je neohodna etapa pristupanja EU, obezbeđujući potčinjenost nacionalnih elita interesima SAD, <http://www.standard.rs/mihail-deljagin-izbor-izmedju-istoka-i-zapada-danas.html>, (10.02.2017)

*djelatnost (sitna trgovina, mali biznis, poljoprivreda). Druga posljedica je masovna migracija u razvijenije zemlje EU, u kojima je ta radnička snaga „pokvarila“ tržište rada. Na kraju, ne treba zaboraviti, da pretjerano „sitnjenje“ biznisa objektivno smanjuje nacionalnu konkurentnu sposobnost – naročito tehnološki razvoj države.*

*Ekonomije Istočne Evrope (prije svega bankarski sistemi, ostaju slabi) i prelaze pod kontrolu globalnih korporacija „stare“ Evrope. Ove globalne korporacije, po pravilu, čuvaju industriju tamo gdje je bila visokokvalifikovana radna snaga, a prilikom pristupanja određene države EU, dolazi do prenosa ekološki štetnih proizvoda. U zemljama sa manje kvalifikovanom radnom snagom (Rumunija, Bugarska, pribaltičke zemlje) dogodila se i prava industrijska katastrofa. U ovim zemljama, poslije otvaranja granica, kvalifikovani radnici su bukvalno bježali iz svojih zemalja (od 2007. do 2008. iz Rumunije je otišlo 20-30% ekonomski aktivnog stanovništva, odnosno 2-3 miliona ljudi). Stvarajući tako deficit radne snage i povećavajući vrijednost onih koji su ostali, iseljavanja su ostavila te države bez odgovarajuće radne snage. Obuka nove radne snage postala je nemoguća zbog zatvaranja postojećih fabrika i nemogućnosti otvaranja novih. Sačuvana industrija (ono što je od nje preostalo) bavi se u velikoj mjeri jednostavnim sastavljanjem proizvoda koji pripadaju korporacijama „stare“ Evrope, koja je većinom orijentisana na velika tržišta Rusije i Ukrajine. Kao rezultat, u zemljama Istočne Evrope je došlo do formiranja dvosektorske ekonomije – karakteristične za kolonije. Principijelno je važno da zapadni kapital, po pravilu, nije stvarao novi kapital, već je koristio onaj koji je već postojao u Istočnoj Evropi. Iskorištavajući u matičnim zemljama postojeće resurse, on je davao modernizaciji ‚reflektivni‘ karakter“.*

Frolov<sup>25</sup>, analizirajući probleme svetske „finansijske“ krize, odbacuje stavove i mišljenja brojnih svetskih teoretičara, ukazujući da rešenja treba tražiti u području tehno-ekonomske i socio-ekonomske sfere analizirajući privredna kretanja u kraćem i dužem periodu, tzv. duge i kratke talase.

Prihvatajući u potpunosti stavove Frolova, treba naglasiti, da su sva kretanja u obe navedene sfere, uslovljena funkcionisanjem zakona i zakonitosti institucionalne i evolucione ekonomije, institucijama i institutima sistema. Pravila igre, velike korporacije kreiraju kroz socioekonomsku sferu (istovremeno kontrolišući i usmeravajući kontrolom kapitala tehnoekonomsku sferu) preko institucija sistema,

---

<sup>25</sup> Frolov Daniil Petrovič (2011), *Teorija kriza posle krize-Tehnologija versus instituti*, Socijalna misao, br. 4/2011. Strana: 41, 51. Socijalna misao. Beograd.

nizom socijalnih tehnologija: zakonodavno-pravna regulativa, pravila igre, metodi upravljanja, kao i procedure kolektivnog izbora i aktivnosti kojima se obezbeđuje smanjenje transakcionih troškova u ekonomiji, a na štetu te iste socioekonomske sfere<sup>26</sup>. Polazeći od pretpostavke da je prodajna cena polazni korak poslovne ekonomije, da transakcioni troškovi integrisani u prodajnu cenu zavise od pravila igre, izvodi se zaključak, kakav i koliki značaj imaju pravila igre za obe sfere-tehnoekonomsku i socioekonomsku<sup>27</sup>.

Primer realizacije sopstvenih interesa i dominacije kroz transakcione tehnologije, ne samo u određenim sferama sopstvene privrede, već i nad drugim privredama, državama i narodima, potvrđuje i ponašanje Njemačke prema ostalim članicama EU. „Njemačka, Francuskoj i zemljama juga nameće spornu kriznu politiku, dok joj kupovinom evroobveznica Evropska centralna banka pruža neophodnu podršku. (...) Pomislio sam na groznu nezaposlenost mladih na jugu Evrope kao jedne od posledica tereta štednje na najslabije karike nekog društva“<sup>28</sup>.

Dok, s jedne strane, institucionalnim i marketinškim tehnologijama (tehnologijama socioekonomske sfere) kontrolišu tokove intelektualnog i finansijskog kapitala, i tako istovremeno upravljaju tehnološkim procesima u cilju ostvarivanja profita, ne uvažavajući principe društvene i prirodne sredine, s druge strane, velike korporacije, kao gorući problem (koji same stvaraju) navode nemogućnost prodaje proizvedenog. Već je predhodno isticano, nisu tehnologije ni proizvodnja problem. Dominantni faktori proizvodnje: mašine, sirovine, radna snaga i znanje, nisu problem. Znači problem je tržište, tj. prodaja. Znači, socioekonomska sfera uzvraća udarac.

Shodno navedenom, trenutno u svetu, jedan od ozbiljnih problema predstavlja superiornost menadžera nad vlasnicima kapitala. Menadžeri ne rade u interesu vlasnika i zaposlenih, ili u interesu korporacije, već isključivo u sopstvenom interesu, prikazujući frizirane »naduvane« poslovne rezultate korporacije, što utiče na rast cena akcija i donosi njima enormne bonuse. Ovakve pojave uzrokovale su dodatni problem kod procesa raspodele novostvorenih vrednosti, realizujući raspodelu na štetu rada a u korist kapitala. Danas isključivo u korist top menadžmenta,

---

<sup>26</sup> Videti: Frolov, 2011, str.50.

<sup>27</sup> Pokrajčić, D., (1992): *Nobelova nagrada za ekonomiju za 1991. godinu: Ronald Kouz i koncept transakcionih troškova*, Ekonomski anali, 1992, vol. 36, br. 114, str. 106-114

<sup>28</sup> Habermas Jirgen, Der Spiegel-Politika, 09.08.2013. str. 22.

manje u korist vlasnika kapitala, dok se radna snaga gura u poziciju robova.

#### **1.4 Razvoj ekonomije i turizma u svjetlu zakonodavno-pravne regulative**

Otac državnog intervencionizma Keynes davno je ukazao na neraskidivost odnosa i međuzavisnost ekonomije i države. Istražujući probleme globalne ekonomske krize, Frolov ističe da se perspektivna istraživanja globalnih i nacionalnih kriza moraju, u većem stepenu oslanjati na dostignuća institucionalne i evolucione ekonomije. Istražujući ulogu tehnološkog determinizma u teoriji kriza, respektujući teorije ostalih pristalica tehnološkog determinizma (priznavajući u celini višestruku i kumulativnu uzročnost krize), posebno naglašavajući stavove Dementjeva, Frolov<sup>29</sup> naglašava uticaj drugih faktora, kao što su: finansijski, institucionalni, sociopsihološki.

Ekonomija ne može bez transformacionih i transakcionih tehnologija, na čiji značaj u privrednim kretanjima i privrednom razvoju ukazuje Frolov u kontekstu tehnološkog determinizma. Kako Frolov ističe „tehnologije uopšte jesu način korišćenja uzajamno povezanih metoda i instrumenata na povećanju efikasnosti određene delatnosti prema čijem karakteru se vrši njihova klasifikacija. Zato je metodološki korektno razgraničenje između transformacionih i transakcionih tehnologija“.

Dok su transformacione tehnologije fokusirane na promenu postojećih fizičkih-materijalnih svojstava objekata, transakcione su usmerene na delovanje ekonomskih subjekata, njihovo međusobno povezivanje i komunikacije (upravljačke, pravno-regulativne, marketinške, trgovačke, tržišne i ostale tehnologije).

Kako navode pojedini teoretičari, „ekonomija je pre svega nauka o merenju. Ona poseduje izuzetno moćan i fleksibilan skup sredstava pomoću kojih se masa informacija može precizno obraditi da bi se na osnovu toga procenio uticaj bilo kojeg pojedinačnog faktora, ili čak zajedničko delovanje svih faktora“<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> Videti: Frolov 2011, 51.

<sup>30</sup> Stiven, D.L., and Stiven, Dž. D., (2006), *Откачена економија* (превод са енглеског Александра Чабраја), Моно и Мањана, Култура, Бачки Петровац, Србија, str. 27.



Činjenica je da nove tehnologije podstiču razvoj, doprinose stvaranju novog, ne samo proizvoda, već nove (misli se na stručnost, obučenosť i ponašanje) radne snage, novog potrošačkog društva, novih društvenih normi i standarda.

Međutim, postojanost i doprinos tehnologija, uslovljen je teorijskim znanjima i institucijama sistema. „Smena tehnoloških poredaka traži, po pravilu, odgovarajuće promene u socijalnom i institucionalnom sistemu, koje ne samo da uklanjaju socijalnu tenziju, već pomažu masovnom uvođenju tehnologije novog tehnološkog poretka (režima) prema potrebama i načinu života“<sup>31</sup>.

Söderberg, pozivajući se na Marxovu interpretaciju istorijskog materijalizma<sup>32</sup>, potvrđuje da, vremenom tehničko-tehnološki razvoj i razvoj ukupnog društva nameće promene postojeće materijalne proizvodnje. Novi privredni ciklusi u svim trajanjima: kratki, srednji, dugi i veoma dugi su obavezni. Oni su nužni, posebno veoma dugi ciklusi<sup>33</sup>. Nove ideje, nove informacije i inovacije menjaju postojeće stanje. Ovde treba istaći da odlučujuća ili glavna uloga kod ovakih promena pripada intelektualnom kapitalu. Upravo je intelektualni kapital središnji faktor svih napredaka, svih poredaka, tj. znanje u funkciji stvaranja nove vrednosti<sup>34</sup>. Potpora ovom stavu je i Šumpeterova (Joseph A. Schumpeter) teorija destrukcije<sup>35</sup>.

„Istorijski materijalizam počinje od pretpostavke da je ljudska svest uslovljena fizičkim okruženjem čovjeka, i da stoga materijalna osnova društva određuje (ima primat u odnosu na) njegovu organizaciju društvenog života. U jezgru društva su "proizvodne snage" (predominantno: mašine, sirovine, radna snaga i znanje) koje utiču na "proizvodne odnose", tj. na sastav vlasništva u društvu. Društvena klasa koja dominira u odnosima proizvodnje preferira određeno zakonsko,

---

<sup>31</sup> Videti: Frolov 2011, 47.

<sup>32</sup>G.A Cohen (2000): Karl Marx's Theory of History: a Defence: (Oxford University Press, Oxford, 2000). European Journal of Political Economy, Volume 18, Issue 2, June 2002, Pages 405–406.

<sup>33</sup><https://books.google.rs/books?id=askof1rHGvsC&pg=PA207&lpg=PA207&dq=Kondratjev+> (04.08.2015)

<sup>34</sup>GARY S. BECKER (1993): Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. Chicago, University of Chicago Press i Thomas A. Stewart (1997): Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations. [http://hr.wikipedia.org/wiki/Intelektualni\\_kapital](http://hr.wikipedia.org/wiki/Intelektualni_kapital) (08.09.2013).

<sup>35</sup><http://transcriptions.english.ucsb.edu/archive/courses/liu/english25/materials/schumpeter.html>

političko i ideološko uređenje društva (superstrukturu) koje će održavati uspostavljeni poredak. Ali pošto se proizvodne snage razvijaju kontinuirano, dok uspostavljeni poredak teži da ostane nepromenljiv, organizacija društva će sve više biti u sukobu sa njegovom materijalnom proizvodnjom. U jednom trenutku stari poredak postaje kočnica daljem razvoju proizvodnih snaga. Borba između vladajuće klase i potčinjenih klasa (koja sve vreme traje) sada prerasta u revolucionarnu promenu. Novi društveni poredak se uspostavlja koji bolje odgovara materijalnoj osnovi proizvodnje<sup>36</sup>.

Znači, čovjek je u središtu i na strani inovacija, stvaranja novog ali i na strani društvenih normi. Uspeh novih tehnologija (prvenstveno profit koji će doneti) zavisi koliko su one široko „zaživele“ u društvu, na tržištu i koliko dugo će opstati. Nova tehnologija u liku Nikole Tesle živi vijekovima. Njen doprinos na planetarnom nivou je nemeđljiv. Manje više, prisutna je kod svih naroda i u svim sferama života, dok niz drugih tehnologija (npr. pejdžer, pojedini tipovi mobilnih telefona i sl.) imali su kratak vek trajanja. Jeste da tehno sfera traži novi promenljivi kapital neophodan u tehnološkim procesima-u proizvodnji, ali zahteva i mnogo fiktivnog (opredmećenog) u samoj opremi-mašinama neophodnim u fazi proizvodnje.

Kako navodi Daković<sup>37</sup>, tehnika-mašine gutaju mnogo živog rada (tzv. opredmećeni rad) u procesu nastanka, dok kasnije u funkcionisanju traže manje fizičkog prisustva živog, ali stručnog i skupljeg rada<sup>38</sup>, koji treba i mora da kontroliše funkcionisanje opredmećenog rada. Tehnoekonomska sfera bez uvažavanja principa i interesa socioekonomske sfere i prirodne sredine, a u odsustvu institucija sistema ide u neizvesnost.

---

<sup>36</sup> Söderberg, J., (2003): *Copyleft vs. Copyright: A Marxist critique*. Preuzeto sa sajta <http://firstmonday.org/article/view/938/860> , 26/04/03

<sup>37</sup> Daković, V., (1992), *Antikapital*, Naučna knjiga, Beograd, Srbija. Antikapital, Vojina Dakovića, 1996 godine nominovan je za Nobelovu nagradu za ekonomiju.

<sup>38</sup> Npr. parcelu nekih useva, kombajn u vrednosti od 200 hiljada dolara obradi za par sati, dok je fizičkim radnicima (pet radnika) potrebno pet puta više vremena. Međutim, radnici rade na nadnicu motikama u vrednosti od 5 dolara, i mnogo manje će vlasnik potrošiti nafte nego što će platiti radnicima nadnice, ali i cene motika u odnosu na 200 hiljada dolara su neuporedive. Posebno je interesantan rizik u slučaju ozbiljnijeg kvara kombajna, dok, ako se neko od radnika razboli ili pogine kod svoje kuće, vlasnik ne snosi nikakvu štetu (jednostavno angažuje novog radnika), dok je kod kombajna u problemu vrednom 200 ili četiristo hiljada dolara ako ne može popraviti isti i mora kupiti novi. No, ova tema zahteva dublje i opširnije elaboracije i zbog toga o njoj šire drugi put i u drugom radu.

U literaturi se sreću i stavovi teoretičara poput tvorca „Venus projekta“<sup>39</sup>. Novi svet po ovom projektu zasnivao bi se na potpuno „novom dizajnu“ stvarnosti, a taj novi dizajn na tehnologiji i komunitarnom načinu raspodele. Uloge su podeljene: tehnologije se smatraju ključem, a raspodela resursa bravom novog boljeg sveta, dajući tehnologiji ulogu „duha iz boce,, koji će obezbediti novi, bolji svet“<sup>40</sup>.

Potvrdu kontrole razvoja i, disproporcije razvoja analiziranih sfera, od strane velikih korporacija i političkih centara moći, potvrđuju odnosi razvoja operativnih kompjuterskih sistema Windows-a i Linux-a, u istraživanjima Đzona Soderberga (Johan Söderberg).

Takođe, dobar deo odgovora, na pitanja i probleme predhodno navedene u radu: šta je uzork, gorućeg problema velikih korporacija-nemogućnošću prodaje proizvedenog, pad zaposlenosti i prihoda?, moguće je, dobrim delom, spoznati u kontekstu istraživanja Soderberga, vezanim za autorska i srodna prava i slobodni softver.

„Kopirajt (autorska i srodna prava) je izmišljen za potrebe i od strane ranog kapitalizma, i njegov značaj za ovaj sistem je u stalnom porastu. Protiviti se kopirajtu znači protiviti se kapitalizmu. Stoga, marksizam je prirodna polazna tačka sa koje kreće kritika kopirajta. Marksov koncept "opšteg intelekta", koji znači da će u nekom momentu kolektivni proces učenja prevazići fizički rad kao proizvodnu snagu, nudi obećavajuće polazište za razmevanje dostignuća slobodne softverske zajednice“<sup>41</sup>.

---

39 Tvorac Venus projekta je Žak Fresko (Jacque Fresco), naučnik koji je krajem prošlog stoljeća gradio tezu boljeg sveta. Venus projekat ne predstavlja viziju koja kaže kako će tačno izgledati budućnost, nego takvu viziju koja ukazuje na moguće puteve razvoja ako primenimo ono što već znamo kako bismo dostigli novu održivu svetsku civilizaciju. Projekat poziva na kompletan redizajn naše kulture gde se stari problemi rata, siromaštva, gladi, dugova i bespotrebne ljudske patnje posmatraju kao nešto što je ne samo moguće izbeći, nego i što je potpuno neprihvatljivo. Bilo šta manje od toga, rezultovalo bi opstankom istih problema koje nalazimo u današnjem svetu.

Venus projekat predstavlja alternativnu viziju za održivu svetsku civilizaciju, drugačiju od bilo kog političkog, ekonomskog ili društvenog sistema koji je do sada postojao. On predviđa da će u skorijoj budućnosti novac, politika, lični i nacionalni interes biti prevaziđeni. Iako ova vizija može delovati idealistički, zasnovana je na dugogodišnjem proučavanju i eksperimentalnom istraživanju. Projekat obuhvata saznanja iz oblasti obrazovanja, transporta, čistih izvora energije, sve do funkcionisanja celovitih gradskih sistema.

<sup>40</sup> Stanković, S., (2013): *Biseri Srbije*, Pravoslavna riječ, Beograd, str. 9.

<sup>41</sup> Söderberg, J., (2003): *Copyleft vs. Copyright: A Marxist critique*. Str. 59. Preuzeto sa sajta <http://firstmonday.org/article/view/938/860> , 26/04/03

Marksov koncept "opšteg intelekta", može poslužiti kao nauk, ili ključ rešenja mnogih problema, velikim korporacijama.

U prilog stavu, da bez teorijskih znanja nema ni praktičnih, nema rada, Söderberg se poziva na Marksove analize značaja nauke i inovacija prema radu. "(...) Prvo je analiza i primena mehaničkih i hemijskih zakona, proizašla direktno iz nauke, omogućila da mašine obavljaju isti rad koji je ranije obavljao radnik... Inovacija onda postaje biznis, i primena nauke na direktnu proizvodnju i sama postaje faktor koji determiniše i upravlja njime"<sup>42</sup>.

Svi faktori proizvodnje (dominantno: mašine, sirovine, radna snaga i znanje) danas, u XXI vijeku, znatno su izmenjeni u odnosu na XX vijek<sup>43</sup>. Izmenjeni su isključivo zahvaljujući znanju. Kontrola znanja i rada od strane finansijskog kapitala nije jedini faktor neusklađenog razvoja tehnoekonomske i socioekonomske sfere kao izvora niza problema ekonomije, već su to privilegije (zakonske i političke prirode) određenih grupa ili političkih „elita“. Nije tačno da je proces globalizacije doveo do bržeg protoka kapitala, rada, roba, informacija, usluga i sl.. Doprineo je bržem protoku samo kapitala (jer je to bio interes velikih korporacija) ali ne i rada, osim visokosofisticiranih znanja. Posebna se pažnja posvećuje protoku informacija kad se pojavi određeni izum, kao važnom faktoru proizvodnje-stvaranja novog kapitala, dok kasnije ne postane roba.

Poseban problem ekonomije jeste izučavanje upotrebe tehnologije u službi kapitala a protiv rada, posebno kada je u pitanju raspodela i preraspodela novoostvarene vrednosti. Zahvaljujući informacionim tehnologijama forsiraju se softverska znanja u funkciji kapitala. Zaboravlja se da su softverska znanja samo alatke u rukama stručnjaka. Sva softverska znanja i njihova usavršavanja su produkt živog ljudskog rada, produkt ljudskog znanja.

Finansijeri tehnologija-vlasnici i menadžeri kroz mašine kontrolišu radnike. Nestručnost i nesposobnost, neznanje sprečava uticaje zaposlenih na radne procese i rezultate rada. Jedan od ozbiljnog problema velikih korporacija, danas, na početku druge decenije XXI vijeka, jeste

---

<sup>42</sup> Marx Karl (1993), *Grundrisse. Foundations of the Critique of Political Economy*. London: Penguin Books, str.704

<sup>43</sup> Prvi mobilni telefon je koštao 3500 USA dolara i bio težak 1 kilogram (inženjer Motorola Martin Kuper 1973), dok 2012. godine mobilni ima sasvim drugačiji izgled, funkcije i cene, ima oko 6 milijardi pretplatnika i 7 milijardi ukupno stanovnika u svetu (Politika, 04.04.2013).

kako zadržati vrhunske stručnjake na poslu a ne plaćati ih dovoljno, onoliko koliko vrede.

Međutim, vlasnici i menadžeri moraju računati na zaposlene i kao potrošače. Jer širenjem uticaja kapitala preko opreme na društvo u celosti i otuđivanju znanja i vještina od zaposlenih i prodavajući istog kroz robe i usluge tim istim masama, po mizernim naknadama, daje odgovor na osnovni problem velikih korporacija, a to je nemogućnost prodaje proizvedenog, pad prihoda, pad zaposlenosti. Pretežno, u praksi, sve navedene probleme, opet mora da rešava javni sektor-država. „Kad u recesiji pojedinci prestanu da troše, jer je to logična reakcija u neizvesnim vremenima, i kad zbog toga kompanijama počnu da opadaju prihodi, pa smanjuju broj zaposlenih, neko po osnovnoj logici mora da bude potrošač, da nešto kupuje da bi drugi imali prihode. U toj ulozi može da bude samo država“<sup>44</sup>.

Tehnoekonomska sfera (kontrolom kapitala, kontrolom opredmećenog rada i živog znanja, vještije i lakše osigurava sebi pozicije kod Vlade, nego podanici socioekonomske sfere. Socioekonomska sfera, Vladi je interesantna kao glasačka mašinerija, potrošačka masa i radna snaga. Mjere prinude su sredstvo kojim Vlada osigurava finansiranje javnog sektora, preko javnih doprinosa. „Javni doprinosi su tegobniji što se više udaljuju od svoga izvora. Taj teret ne treba meriti količinom nameta, već putem koji trebaju preći da bi se vratili u ruke onih koji su ih dali. Kad je to kruženje pravedno i dobro ustanovljeno, bez obzira plaćalo se malo ili mnogo, narod je uvek bogat i finansiranje uvek stoji dobro. Naprotiv, koliko god narod malo davao, kada mu se od toga ne vraća ništa, a on neprestano daje, brzo se istroši. Država nikada nije bogata, a narod je uvek siromašan“<sup>45</sup>.

Sledeći razlog koji generiše probleme ekonomije jeste zamena rada robotima, što dovodi do pada cene rada u proizvodnji, dok troškovi mašinerije i nauke rastu rapidno. Međutim, mnogi radni procesi u turizmu su nezamenjivi mašinama i tu je dominantna živa radna snaga, odnosno čovjek. Tačno je da se određeni poslovi zamenjuju i potrebno je zameniti odgovarajućim informaciono-komunikacionim i drugim

---

<sup>44</sup> Pol Krugman (1999): *The Spatial Economy—Cities, Regions and International Trade*, with Masahisa Fujita and Anthony Venables. MIT Press, ISBN 0-262-06204-6

<sup>45</sup> Ruso Žan-Žak (2011): *Društveni ugovor: o poreklu i osnovama nejednakosti među ljudima-rasprava o naukama i umetnosti*, Filip Višnjić, Beograd, str.41 i 141.

tehnologijam i opremom, dok postoje i oni poslovi koje ne mogu menjati mašine.

Kritikovati danas odnos kapitala prema radu znači kritikovati kapitalizam. Neadekvatno plaćanje rada u kapitalizmu, neinvestiranje u znanje, neinvestiranje u opšte/zajedničke interese zajednice, dovodi do kočenja razvoja proizvodnih snaga. Nekorektno plaćanje rada u kapitalizmu i plaćanje nerada u socijalizmu, neminovno vodi ka rađanju „zastranjelog“ deteta kapitalizma-savremeni socijalizam.

Shodno predhodnoj koncepciji, dolazi se do određenih suštinskih pitanja, kakva je stvarana međuzavisnost i koja od sfera (misli se na tehnoekonomsku i socioekonomsku) ima primat, u međusobnom odnosu i uticajima na razvoj ekonomije i turizma, i kreiranje šire privredne i društvene sredine.

Već je predhodno isticano da su efekti tehnoekonomske sfere na socioekonomsku, društvo i prirodnu sredinu višestruki. Međutim, instiucionalni faktori postavljaju i pomeraju granice svim sferama. „Institucionalni faktor ima velikog udela u koncepciji tehnoekonomskih paradigmi, koju, kako navodi Frolov, razvija Peres na osnovu doktrine tehnoloških sistema Frimana i tehničkih paradigmi Dozia. Peres napušta tezu da svaki novi tehnološki sistem oblikuje ne samo radnu sredinu, već i institucionalni kontekst (misao) kulturu; stvarajući moćne eksternalije ili spoljašnje efekte. Pri tome, dugoročna kolebanja koja smo nazvali dugim talasima, rezultat su posledičnih uspona i padova dveju sfera sistema: tehnoekonomske, sa jedne strane, i socioekonomske sa druge strane“<sup>46</sup>.

### **1.5 Globalizacija valorizacije lokalnih resursa**

Kao pojam koji opisuje promene širokog spektra u društvu na svetskom nivou, globalizacija sa aspekta ekonomije usmerena je na sveru slobodnog protoka finansijskog kapitala i maksimalnu liberalizaciju trgovine u cilju realizacije interesa krupnog kapitala. U praksi se najčešće pod pojmom globalizacije podrazmeva slobodan protok kapitala, roba, ljudi, usluga i sl.. Proces globalizacije, generisan političkim i ekonomskim liberalnim principima doprineo je, nesumnjivo, bržem protoku roba i usluga na planetarnom nivou, te bržem kretanju

---

<sup>46</sup> Videti: Frolov Daniil Petrovič (2011), *Teorija kriza posle krize-Tehnologija versus instituti*, Socijalna misao, br. 4/2011. Strana: 41, 51. Socijalna misao. Beograd.

finansijskog, posebno korporativnog kapitala, ali i nizu socijalnih, privrednih i društvenih problema<sup>47</sup>.

Globalizacija jeste doprinela afirmaciji i izlasku iz nacionalnih okvira nacionalnih ekonomija, dostupnosti novim tehnologijama, efikasnijoj dinamizaciji tržišta, dok, s druge strane, sve razvojne društvene i socijalne procese i probleme ostavlja nacionalnim ekonomijama.

Ovde se radi o istraživanju kako se male privrede razvojem turizma mogu uključiti u svetske turističke tokove zahvaljujući sopstvenim prirodnim i antropogenim resursima mogu biti konkurentne na svetskom tržištu.

Turizam sa svojim specifičnostima (pre svega prelivanju BNP i nevidljivom izvozu), zahvaljujući komparativnim prednostima privreda, omogućava rešavanje niza problema globalizacije.

Praksa potvrđuje da je neoliberalna globalizacija doprinela afirmaciji i izlasku iz nacionalnih okvira nacionalnih ekonomija, pristup novim tehnologijama, efikasnijoj dinamizaciji tržišta, dok, s druge strane, sve razvojne društvene i socijalne procese i probleme ostavlja nacionalnim ekonomijama, time, doprinoseći sve većem jazu između krupnog korporativnog kapitala i ekonomski slabe populacije širom sveta. Nema potrošnje.

Posebno je interesantan korporativni finansijski kapital. Upravo ovaj kapital, kontrolom političkih centara moći, ne odstupajući od visokih profitnih stopa, produbljava jaz između tehnoeekonomske, s jedne, i socioekonomske svere sa druge strane<sup>48</sup>.

Stanovništvo (svetska populacija) za finansijski kapital je interesantno isključivo sa dva aspekta: kao glasači i kao potrošači.

Govoreći o ekonomiji u uslovima globalizacije, apostrofirajući ekonomske tokove u uslovima globalizacije u budućnosti, u svetlu neoliberalizma, Tuševljak<sup>49</sup> navodi: „To je teorijski, sistemski i institucionalno ozbiljan problem i ozbiljna nedoumica, a ono što je na

---

<sup>47</sup> Vujović, S., Reljić, M., (2016): *Turizam-uključivanje lokalnih resursa u globalne turističke tokove*, Međunarodni naučni skup- ECIN 2016: International Economics and Management Conference, Ekonomski institut, Beograd

<sup>48</sup> Ovaj deo istraživanja je publikovan u radu: *Turizam-uključivanje lokalnih resursa u globalne turističke tokove*, Međunarodni naučni skup- ECIN 2016: International Economics and Management Conference, Ekonomski institut, Beograd

<sup>49</sup> Tuševljak, S., (2015), *Nacionalna ekonomija u uslovima savremene globalizacije*, Naučni skup, UIS, Andrić Grad, 22. maj 2015. R. Srpska. Redaktor Tuševljak Spasoje.

teoriji neoliberalizma nastalo kao jedno dinamiziranje tržišta na globalnom planu, donijelo je brojne koristi, dostupnost tehnologijama, komunikaciji, ali je u određenom domenu izazvalo i brojne probleme".

Istovremeno pojašnjavajući i pozitivne i negativne afekte globalizacije, Tuševljak je istakao, da ranije stvorene vrednosti društvene i socijalne nadgradnje ostaju u domenu nadležnosti obaveza i odgovornosti nacionalnih ekonomija, dok je sa druge strane globalizacija dovela do dodatne afirmacije i značaja ekonomije.

Kao glavno pitanje u uslovima globalizacije Tuševljak navodi pitanje konkurentnosti, napominjući da trenutna ekonomska kriza i problemi zahtijevaju nacionalni program oporavka, gdje bi se vidjelo šta su sopstveni resursi, materijalni i ljudski i šta se može uraditi sopstvenim snagama, posebno naglasivši da se ne može napraviti prosperitetna zemlja ako se potcijene materijalni i ljudski resursi.

Pojedini autori<sup>50</sup> istražujući povezanost globalizacije i ekonomije navode: "Ima globalizacija i svojih pozitivnih efekata, u povezivanju u kulturi, sportu, ali je bit globalizacije povezivanje sveta na temelju kapitala koji ostavlja iza sebe ogromne socijalne nejednakosti". Ovaj autor navodi da alterglobalizacija tek treba da se pojavi, a da se pojavljuje u omladinskim i političkim pokretima, te da nije izrasla do nivoa ozbiljne strategije, koja je neposredno aktuelna.

Kao dosta realan pristup analizi uticaja procesa globalizacije i neoliberalizacije na nacionalne ekonomije i privrede izdvaja se stav N. Katića<sup>51</sup>: "Iz ugla male države globalizacija je isto što i kolonizacija, pod uslovom da ta mala država nema kvalitetnu vlast, koja je u stanju da te procese ublaži i da ih kontroliše".

*Konkretno, kada je Srbija u pitanju, proizvodi agrosektora Srbije imaju mogućnosti uključivanja na evropsko i svetsko tržište zahvaljujući turističkom tržištu. Zahvaljujući razvoju turizma, svi proizvođači poljoprivrednih i drugih proizvoda imaju mogućnosti uključivanja na svetsko-globalno tržište tu kod sopstvene kuće. Zahvaljujući dolascima turista iz inostranstva i njihovoj kupovini, lokalno tržište postaje globalno.*

---

<sup>50</sup> Vidojević, Z. (2015), *Nacionalna ekonomija u uslovima savremene globalizacije*, UIS, Andrić Grad, 22. maj 2015. R. Srpska. Redaktor Tuševljak Spasoje

<sup>51</sup> Katić, N., (2015), Naučni skup "Nacionalna ekonomija u uslovima savremene globalizacije", UIS, Andrić Grad, 22. maj 2015. R. Srpska. Redaktor Tuševljak Spasoje



### 1.5.1 Prirodni resursi i prirodni uslovi

Od svih teoretskih pristupa definisanju i analizi prirodnih resursa, najčešći je pristup koji pod *prirodnim resursima* podrazumeva “sveukupnost različitih vidova prirodnog bogatstva koje predstavlja osnovu ljudskog života”<sup>52</sup>, odnosno, u određenoj turističkoj destinaciji, svi prirodni elementi koji omogućavaju organizaciju turističke ponude, tj. zadovoljenje potreba turista (i ostalih struktura ljudske populacije).

Kod istraživanja mogućnosti organizovanja turističke ponude i razvoja turizma u određenom prostoru/novoj destinaciji, kao polazno, može se navesti pitanje, koji su postojeći elementi prirodne sredine i kako će uticati na budući razvoj i razmeštaj turizma? “Prvo pitanje, koje se nameće pri razmatranju relacije prirodna sredina-turizam jeste, koji elementi prirodne sredine utiču na razvoj turizma i kako? Drugim rečima u kojoj meri su oni atraktivni za turizam. Izvesno je da osim geološke građe i pedološkog pokrivača (čije delovanje se može označiti posrednim i sporadičnim), svi elementi prirodne sredine imaju značaj i vrše određeni uticaj na razvoj turizma (reljef, klima, hidrografske odlike, vegetacija, životinjski svet). Ovaj uticaj se ispoljava na različite načine, od kojih je najvažniji rekreativni. Oni se valorizuju na bazi utvrđivanja načina i inteziteta fiziološkog delovanja pojedinih elemenata prirodne sredine na ljudski organizam, njegovu rekreaciju i relaksaciju”<sup>53</sup>.

Razvojem turizma i organizacijom turističke ponude u novim turističkim destinacijama, određeni prirodni resursi transformišu se u određena (ili specifična) dobra i vrednosti, dok se pojedina dobra koriste u izvornom obliku kao slobodna. S razvitkom turizma i ljudske civilizacije uopšte, prirodna sredina kao sveopšti uslov života sve se više preobraća u faktor privredne reprodukcije. U nauci se prirodne vrednosti dele na resurse: *biosfere, hidrosfere, atmosfere i litosfere*.

Postoji naravno još podela prirodnih vrednosti u zavisnosti od aspekata sa kojih se vrši posmatranje, no važnije je pitanje njihove procene i geografskog razmeštaja. S ekonomskog aspekta kao osnovni pojavnici oblici prirodnih resursa jesu:

- rudno bogatstvo,
- šumski fond,
- životinjski fond,

---

<sup>52</sup> [http: /www. Apecsec. Org. sg/](http://www.Apecsec.Org.sg/), (05.20.2016)

<sup>53</sup> Dinić, J. (1993), *Turistička geografija*, Ekonomski fakultet Beograd, str. 11.

- mora i okeani i
- kopnene vode.

Gledano s aspekta turizma važni pojavni oblici prirodnih resursa bili bi:

- elementi atmosfere,
- biosfere,
- hidrosfere,
- litosfere i
- karakteristike reljefa<sup>54</sup>.

Geografski razmeštaj prirodnih resursa je veoma heterogen. Razlike se zapažaju prvo u razmeštaju i strukturi prirodnih resursa po kontinentima, zatim pojedinim delovima kontinenta, pojedinim zonama.

**Prirodne uslove** možemo definisati kao kvalitativne i kvantitativne karakteristike prirodnih resursa ili prirodne sredine (reljef, klimatski uslovi, mineralna i vodna bogatstva, biljni i životinjski svet, itd.). Prirodni uslovi imaju prvorazredan uticaj, i veoma su značajan činilac razvoja turizma.

Različita prirodna obeležja pojedinih predela na kojima se planira razvoj turizma, zavise od njihovih prirodnih elemenata i to: reljefa, klime, vode i biosfere<sup>55</sup>

Uključivanje lokalnih resursa u globalne turističke tokove, posredno kroz kvalitetnu turističku ponudu konkurentnu na svetskom nivou, podrazumeva njihovo adekvatno vrednovanje ili valorizaciju na lokalnom nivou. Vrednovanje resursa predstavlja kompleksnu ocenu prirodnih i antropogenih vrednosti od značaja za razvoj turizma u određenom turističkom mestu i destinaciji. Kao osnovni aspekti kod vrednovanja resursa u svrhu organizovanja turističke ponude izdvajaju se: atraktivnost, geografski položaj i udaljenost od mesta stalnog boravka turista i većih gradskih centara.

Pored toga što se faktori tražnje smatraju pokretačkim faktorima razvoja turizma, kod istraživanja povezanosti i uključivanja lokalnih resursa u svetske turističke tokove, praksa potvrđuje da kvalitet i dostupnost resursa određuju pravce i obim turističkih kretanja. Znači, da su proces i

---

<sup>54</sup> Vujović, S., (2008), Materijalna osnova turizma-stvaranje materijalne osnove nove turističke destinacije, IEP, Beograd

<sup>55</sup> <http://www.Apecsec.Org.sg/>, (12.05.2016).

metodologija vrednovanja turističkih resursa veoma važni, kao polazni korak konkurentnog uključivanja u globalne turističke tokove.

Kod analize uključivanja lokalnih resursa u globalne turističke tokove u svjetlu značaja valorizacije istih, posebnu pažnju treba posvetiti analizi eksternih faktora. Ovi faktori obuhvataju analizu mogućnosti njihovog korišćenja, ističu određene specifičnosti i njihovu prepoznatljivost na svetskom turističkom tržištu.

Interni faktori su takođe važni i odnose se na specifičnosti kvaliteta i stepena iskorišćenosti.

U praksi, kod vrednovanja turističkih resursa najčešće se koriste: kvantitativno-kvalitativni metod baziran na šest pokazatelja (Čomić i Pjevač, 1997) i Hilari du Kros (Hilary Du Cros) metod<sup>56</sup>.

### 1.5.2 Teorijsko-metodološke osnove istraživanja

Tokom istraživanja fenomenologije globalizacije valorizacije lokalnih resursa, u okviru projekta „Razvoj i primena novih i tradicionalnih tehnologija u proizvodnji konkurentnih prehrambenih proizvoda sa dodatnom vrednošću za evropsko i globalno tržište- korištene su sledeće metode: analize, sinteze, korelacije, dedukcije i indukcije. Primarna su bila terenska istraživanja bazirana na upitnicima, intervju i dubinskom intervju.

Ontološki metod-posebno njegov princip dovoljnog razloga, kao i rezultati samog istraživanja daju potporu hipotezi (potvrđuju) -da turistički resursi imaju temeljni značaj za uključivanje određenih turističkih destinacija/mesta u svetske turističke tokove, na svetsko turističko tržište<sup>57</sup>.

„Čovjek mora najpre privređivati, tj. proizvesti raznovrsna dobra, kako bi, trošeći ta dobra mogao zadovoljiti različite potrebe. Pri tom su

---

<sup>56</sup> Vujko, A., Plavša, J., (2014), *Evaluation of Fruška Gora National Park (Serbia) for sport and recreational tourism*, Available from: [https://www.researchgate.net/publication/276389215\\_Evaluation\\_of\\_Fruska\\_Gora\\_National\\_Park\\_Serbia\\_for\\_sport\\_and\\_recreational\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/276389215_Evaluation_of_Fruska_Gora_National_Park_Serbia_for_sport_and_recreational_tourism) [accessed Sep 15 2018].

<sup>57</sup> Vujović, S., Jovanović, Z., (2012): *Development of tourism in western serbia*. International Scientific Meeting „Sustainable agriculture and rural development in terms of the republic of Serbia strategic goals realization within the danube region“– preservation of rural values. Institute of agricultural economics, Belgrade, Serbia. ISBN 978-86-6269-018-0. Tara, 06-08. december 2012. Page 1442-1461

njegove mogućnosti proizvodnje dobara ograničene jer su resursi ograničeni, za razliku od potreba koje su u pravilu iznad proizvodnih mogućnosti“<sup>58</sup>.

S obzirom na društveno-ekonomska kretanja na državnom i širem nivou, implicate sve privredne delatnosti i sve sektore, a u kontekstu daljih privrednih kretanja, pristupilo se konkretnom istraživanju mogućnosti razvoja turizma u budućnosti s aspekta preduzetničkih želja i namera studenata. Korištene su metode: analize, sinteze, korelacije, dedukcije i indukcije. Primarna su bila terenska istraživanja bazirana na upitnicima, intervju i dubinskom intervju.

### 1.5.3 Analiza i ocena rezultata istraživanja

Kod istraživanja ciljeva- mogućnosti i efekata uključivanja lokalnih resursa u globalne turističke tokove, pošlo se od pretpostavke: *da turistički resursi imaju temeljni značaj za uključivanje određenih turističkih destinacija/mesta u svetske turističke tokove, na svetsko turističko tržište*<sup>59</sup>.

Pitanja tokom istraživanja u cilju potvrđivanja ili ne potvrđivanja osnovne hipoteze, na osnovu kojih su traženi odgovori, mišljenja i stavovi studenata glasila su:

1. *Koliki značaj i kakvu ulogu imaju turistički resursi kada je u pitanju uključivanje određene destinacije na svetsko turističko tržište;*
2. *Koliko je važna uloga medija i*
3. *Ostali faktori.*

Istraživanje je sprovedeno na terenu posredstvom upitnika, intervju a i dubinskog intervju a. Ciljna grupa ispitivanja je bila studentska populacija, starosne dobi 1993, 1992, 1991, 1990, 1989 i starija godišta, rođena na prostoru Zapadne Srbije. Istraživanje su radili autori i studenti Visoke poslovno-tehničke škole strukovnih studija u Užicu.

Anketirani su, i intervju vođen sa ukupno 1500 studenata (prvenstveno VPTSSS i Učiteljskog fakulteta u Užicu ali i studenata sa ostalih Visokoškolskih ustanova prisutnih u Užicu (privatnih i državnih).

---

<sup>58</sup> Dulčić, A. (2001), *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, str. 49.

<sup>59</sup> Radi se o delu istraživanja ranije publikovanom u formi naučnog rada.

Međutim, od ukupno prikupljenih anketnih upitnika i obavljenih intervjua i dubinskih intervjua, konkretno za ovaj rad a u cilju ispitivanje polazne hipoteze obrađen je uzorak od 320 ispitanika.

Tabela br.1 Demograski podaci

Pol	Rezultati	%
Muški	115	35,94
Zenški	200	62,50
neopredeljeni	5	1,56
<b>Ukupno</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

*Izvor: sopstveno istraživanje*

Studenti su preko upitnika pismeno iznosili svoje stavove i mišljenja na ponuđena definisana pitanja. Kasnije kod intervjua i dubinskog intervjua, u razgovorima, kod određenog broja ispitanika primećena je dilema- da li resursi bez medija mogu imati temeljnu ulogu ili je obavezna njihova sinergija.

U pisanim odgovorima obrađenog materijala, čestvovalo je ukupno 517 ispitanika, i po mišljenju 60% ispitanika resursi su na prvom mestu kada su u pitanju uključivanja turističkih destinacija/mesta u svetske turističke tokove, 30,14% ispitanika smatra da mediji imaju presudnu ulogu, dok 9,86% ispitanika smatra da su presudni drugi faktori političke prirode, konkurencije i uloge države.

Tabela br. 2. Turistički resursi

Faktori	Rezultati	%
<b>Resursi (prirodni i antropogeni)</b>	<b>310.20</b>	<b>60.00</b>
<b>Mediji</b>	<b>155.82</b>	<b>30.14</b>
<b>Ostali faktori</b>	<b>50.99</b>	<b>9.86</b>
<b>Ukupno</b>	<b>517.01</b>	<b>100</b>

*Izvor: Rezultati sopstvenog istraživanja*

Bez dileme, kako u teoriji, tako i u praksi, razvoj turizma se vezuje za određeni prostorni okvir u kome se resursi nalaze, te se stoga mnogo više vezuje za lokalni i regionalni, nego za globalni nivo.

Turistička delatnost je deo privrednog sistema i stoga je pod uticajem globalnih procesa, ali se njena specifičnost prevashodno ogleda u pomenutoj vezanosti za niže prostorne okvire.

Turistički proizvod isporučuje upravo lokalna i regionalna sredina, u kojima se prelamaju globalni uticaji. U tom kontekstu, cilj sprovedenog istraživanja, jednim delom prikazanog u ovom radu, jeste da da doprinos svim subjektima (privatnim i državnim) u smislu kakv značaj i koju ulogu imaju turistički resursi kada je u pitanju uključivanje turističkih destinacija u globalne turističke tokove, tj. na globalno turističko tržište.

Istraživanje je potvrdilo polaznu hipotezu, tj. da resursi imaju presudan značaj kod uključivanja na svetsko turističko tržište određenih turističkih destinacija. Od obrađenih podataka za 517 ispitanika (pismeni anketni upitnici, intervjui i dubinski intervjui) 310 ispitanika ili 60% odsto od obrađenih, tvrdi da su turistički resursi lokalnih sredina presudni za uključivanje određene turističke desinacije ili mesta na svetsko turističko tržište.

Tokom istraživanja, pored naglašenog značaja medija po ovom pitanju, primetna je bila dilema kod određenog broja ispitanika u smislu, da li resursi bez medija uopšte mogu doći do izražaja kod uključivanja destinacija na svetsko turističko tržište, dok je 155 ispitanika ili 30,14% prednost dalo medijima kao glavnom faktoru za uključivanje određenih destinacija na svetsko turističko tržište, u svetske turističke tokove.

## 2. RAZVOJNI ASPEKTI TURIZMA

### 2.1 Uticaj globalnih socioekonomskih i tehničko-tehnoloških promena na razvoj turizma

Važan faktor, koji omogućava analizu funkcionisanja, ekonomskog značaja i međuzavisnosti, navedenih sfera, jesu potrebe stanovništva. Posebno uticaj socioekonomske sfere na kretanja tehnoekonomske, ogleda se kroz potrebe stanovništva koje ono ima po prirodi ili koje su im okolnosti nametnule, podstičući opštekulturni i duhovni napredak.

Turističke potrebe su važan oblik ili segment čovjekovih potreba, jer preko psiho-fizičkog zdravlja i kondicije čovjeka, uslovljavaju sve njegove ostale potrebe. „Kod svih naroda svijeta duh je tačno usklađen s potrebama koje oni po prirodi imaju ili koje su im okolnosti nametnule, i, u skladu s tim, sa strastima koje ih podstiču da zadovolje te potrebe“<sup>60</sup>. U prilog ovoj tezi Ruso navodi primer, da se u Egiptu s poplavama Nila stvaraju i usavršavaju umijeća borbe protiv poplava. Predhodni primer i teza, mogu poslužiti kao primer zavisnosti kretanja u obe sfere, od prirodnih zakona i uticaja.

Tako, tvorac i pristalice „Venus“ projekta smatraju, da samo tehnologija može učiniti svet dostojnim življena, ali tehnologija potčinjena prirodi, zatim, da ljudska inventivnost nije tržišna kategorija i ne traži novac da bi poboljšala svijet i da ljudska priroda nije nešto što se ne sme malo upristojiti.

Takođe, jedan od ozbiljnih problema svih ekonomskih, međudržavnih i međunacionalnih integracija (evropske integracije) su kulturne i duhovne vrednosti, odnosno različitosti.

Danas nema sumnje: evropske integracije i proširenje EU nisu doveli do rješenja, već do povećanja problema. Glavni problem EU– najdublja unutrašnja podijeljenost– nije povezan samo sa stepenom razvoja ekonomije nego i sa kulturnim faktorom. Nosioi različitih kultura, čak toliko bliskih koliko su bliske francuska i njemačka, različito reaguju na istovjetne administrativne (pravne) norme, što otežava jedinstvo

---

<sup>60</sup> Ruso Žan-Žak (2011): *Društveni ugovor: o poreklu i osnovama nejednakosti među ljudima-rasprava o naukama i umetnosti*, Filip Višnjić, Beograd, str.37.

upravljanja. Situacija se drastično zaoštrila 2004. godine, kad se jedinstvena Evropa proširila faktički van svojih kulturnih granica. Ovaj izazov nije naišao na odgovarajući odgovor EU administracije<sup>61</sup>.

Upravo, pored tehnoloških i socioekonomskih faktora, kao osnovni problem evropskih integracija i duboke unutrašnje podeljenosti EU, Deljagin<sup>62</sup> navodi kulturne specifičnosti i različitosti, tako da će u doglednoj budućnosti problemi integracija EU imati kvalitativne a ne kvantitativne karakteristike.

Predhodno, u radu, izloženi stavovi, koncepcije i mišljenja, daju (ili treba da daju) odgovor na postavljena pitanja: kakva je stvarana međuzavisnost i koja od sfera (misli se na tehnoekonomska i socioekonomska) ima primat, u međusobnim odnosima i uticajima na kreiranje funkcionisanja

---

<sup>61</sup> Ne gledajući na značajan tempo primicinja ka evropskom nivou, solidan ravoj BDP po glavi stanovnika dostigla je samo Slovenija, koja je došla blizu tog nivoa još 2003. godine. Zaostajanje ostalih zemalja smanjila su se do krize krajem 2008. i početkom 2009. godine. Ipak, ostao je kvalitativni, a ne kvantitativni zaostatak. Ove zemlje još uvek nisu u tolikoj mjeri „Evropa“ koliko su „Istočna Evropa“ u tradicionalnom poimanju ovih termina. Neprekidno primicanje zemalja Istočne Evrope na nivo „stare Evrope“ umnogome je uslovljeno slomom krajem 80-tih i početkom 90-tih godina. Jedino je Mađarska dostigla svoj „relativni“ nivo iz 1980. godine već 1996. godine – za 16 godina – i potom ga potpuno premašila bez obzira na krizu i trenutnu stabilizaciju. Nivo iz 1985. (gotovo uoči tržišnih reformi) bio je uveliko nadmašen već početkom 2000. godine. Češka je premašila svoj „relativni“ nivo iz 1985. tek 2008. godine. Rumunija se približila Češkoj tek 2008, ali je ubrzo pala ispod tog nivoa. Poljska je skoro dostigla taj nivo tek 2003. godine – poslije 18 godina – a Bugarska, po svemu sudeći, taj nivo neće nikad dostići (jer je njen trenutni nivo tek malo iznad polovine iz 1985. godine). Održava se vrlo neujednačen razvoj pojedinih država Istočne Evrope iako su autsajderi djelimično zamijenili mjesta (Poljska je pala na mjesto Bugarske, a Rumunija je ostala na pretposljednem mjestu). Jaz u BDP po glavi stanovnika u prvoj polovini 80-tih između najviše i najmanje razvijenih pet zemalja Istočne Evrope (bez Slovačke, Slovenije i pribaltičkih zemalja) je smanjen. Ipak, poslije velikog rasta, kao rezultat katastrofe krajem 80-tih početkom 90-tih, i izlaska iz nje, na osnovu raznih modela, nivo iz 1988. tek je dosegnut 2008. Dakle, ako se i smanjivala razlika u nivoima, jaz između zemalja Istočne Evrope je ipak ostajao izraženiji od onog iz 1985. Od suštinskog značaja je činjenica da je u socijalističko vrijeme (1985. godine) diferencijacija takođe bila značajno smanjena, i to uoči raspada Sovjetskog saveza. Ova diferencijacija je bila minimalna za čitav socijalistički period. Na kraju, kako pokazuje kriza s kraja 2008. i početka 2009. godine, napredak zemalja Istočne Evrope nosi nestabilan karakter – izuzev Slovačke ostale zemlje su pretrpjele negativne posljedice (Deljagin, 2013).

<sup>62</sup> Genadijevič Deljagin Mihail (2016), *Između istoka i zapada- ulazak u NATO je neohodna etapa pristupanja EU, obezbeđujući potčinjenost nacionalnih elita interesima SAD* <http://www.standard.rs/mihail-deljagin-izbor-izmedju-istoka-i-zapada-danas.html>, (10.02.2017).



šire privredne i društvene sredine, a time i odgovor na ostala pitanja-zašto su velike korporacije u problemima, bez obzira što kontrolišu obe sfere, kontrolišu sve ekonomske i političke tokove!

Već je predhodno isticano, da su efekti tehnoekonomske sfere na socioekonomsku, društvo i prirodnu sredinu višestruki, međutim, instiucionalni faktori postavljaju i pomeraju granice svim sferama. Institucionalni faktor ima velikog udela u koncepciji tehnoekonomskih paradigmi, koju, kako navodi Frolov, razvija Peres na osnovu doktrine tehnoloških sistema Frimana i tehničkih paradigmi Dozia.

Međutim, znanje protkano i bazirano na duhovnim vrednostima je osnovni faktor bez koga nama ozbiljnog dugoročnog razvoja društva. Ozbiljan dugoročni razvoj, podrazumijeva ravnotežu cjelokupne društvene zajednice sa prirodom, ali i ravnotežu čovjeka pojedinaca samog sa sobom. Ekonomske ne/prilike, tačnije ekonomski problemi u većini zemalja sveta, dovoljno ukazuju o opšte prihvaćenju iluziji XIX i XX veka da su tehnička znanja, tj. tehničko-tehnološki progres put u elodorado. Znanje jeste glavni faktor u ekonomskim i društvenim procesima, ali ukoliko znananje ne prati duhovni razvoj, ono postaje ili može biti kontraproduktivno.

Iluzija je da se kontrolom rada i znanja od strane finansijskog kapitala i pukim gomilanjem materijalnih dobara može podići moralni nivo čovečanstva. Realnosti i istine svakodnevnog života kazuju drugačije. Svi izumi, nastaju zahvaljujući teorijskim naporima nauke, i samo su veštački dodaci prirodnim osobenostima i organima čovjeka. Svi pronalasci-izumi ili »sprave i naprave«, proširuju područje čovjekove egzosomatske evolucije, doprinoseći uvećanju »tela čovečanstva«, tj. opsega njegovih tehničko-tehnoloških mogućnosti<sup>63</sup>.

Međutim, po zakonima prirode duša ima primat. Da bi se telo održalo u celini i da bi njegovo kretanje i pokreti bili regulisani, duša takođe mora da se proširuje i nadograđuje. U suprotnom pojavljuju se velike teškoće, ravnoteža tela je ugrožena. Poteškoće ekonomske, socijalne i političke na jednom drugom nivou u narednim vremenskim periodima, odražavaju disproporciju između duše čovečanstva, skoro neizmenjene u odnosu na prvobitno stanje i njenog enormno uvećanog tela. Zbog toga, smanjenje ove disproporcije, pojavljuje se kao nužnost očuvanja civilizacije.

---

<sup>63</sup> Kalezić, D., Perišić, Z., Batanica, D. (2001): *Besede Nobelovaca*, , KUD Diogen, Beograd.

Možda je u pravu američki univerzitetski profesor James Burnham, koji menadžersku revoluciju vidi kao prelazak kontrole, nad privredom i drugim društvenim poslovima, iz nadležnosti vlasnika kapitala (ovde se, u pomenutom kontekstu, kapital isključivo posmatra u materijalnom obliku, fabrike-sredstva za rad i sl.) u nadležnost tehničkih i drugih stručnjaka kojima se poverava upravljanje kapitalom, ali »srećom« evolucija je neumoljiva. James Burnham dalje ističe kako će vladajuću klasu u budućnosti sačinjavati ljudi koji poseduju najveća tehnička znanja i organizacijske sposobnosti, a ne vlasnici kapitala. Po njemu ljudi sa tehničkim znanjima će nadmoćno kontrolisati sredstva za proizvodnju i imati najviše udela u raspodeli dobara proizvedenim tim sredstvima<sup>64</sup>.

Međutim, tehnička i znanja uopšte, bez vaspitanja zapostavljajući duhovni razvoj čovjeka, dovode do predhodno pominjane disproporcije, tj. otvaraju pitanje opstanka čovečanstva. Smanjenje disproporcije između egzosomatskog i duhovnog razvoja predstavlja najširi okvir za opstanak čovjeka kao bića koje za razliku od drugih živih bića ne poseduje-kako kažu biolozi »krajnju specijalizovanost koja ga prisiljava na određenu formu življenja«<sup>65</sup>.

Čovjekova jedinstvenost, posmatrana sa biološko evolutivnog stanovišta, omogućava mu da svoju različitost i individualnost ispoljava stvaralački slobodno i svrshodno u isto vreme. To znači da čovjek svoje delovanje zasniva na ukrštanju saznanja o onom što se pre njega dešavalo sa onim što će se dešavati u budućnosti. Čovjekova sposobnost da planira i kritički rasuđuje-odlučuje ključna je za uspostavljanje ravnoteže između duše i tela.

Engleski istoričar Toynbee<sup>66</sup>, na prošlost čovečanstva gleda kao niz civilizacija koje su jedna drugu smenjivale, u sukcesiji i cikličnom kretanju, a ne kao borbu nacija ili političkih entiteta. Po njemu, svaka civilizacija opstaje ili propada u zavisnosti od sopstvene sposobnosti da uspešno odgovori na izazove, ljudske i prirodne, moralne i verske. On smatra da je u dosadašnjoj istoriji bilo 26 civilizacija.

Akademik SANU-istoričar Sarić<sup>67</sup> tvrdi da je bilo više od trideset civilizacija. Smatra da civilizacije napreduju-idu napred kada ih vodi

---

<sup>64</sup> Dragičević, A. (1987): *Leksikon političke ekonomije*, Informator, Zagreb.

<sup>65</sup> Kalezić, D., Perišić, Z., Batanica, D. (2001): *Besede Nobelovaca*, KUD Diogen, Beograd.

<sup>66</sup> Toynbee, A.J. (2000): *Spartanci*, Književna reč, Beograd, str.5.

<sup>67</sup> Sarić, M. (1996): *Opšti principi naučno-istraživačkog rada*, IV izdanje, Institut za istraživanja u poljoprivredi, Beograd.

talentovana, kreativna manjina, autentična elita, a padaju kad na vlast dođe nesposobna manjina. Suprotno od K. Marksa, on je smatrao da civilizaciju oblikuju duhovne, a ne ekonomske sile i da pad civilizacija nije neizbežan.

## **2.2 Turizma u svjetlu neusklađenosti razvoja tehnoekonomske i socioekonomske sfere**

Već su u predhodnom delu analize navođeni stavovi Frolova u cilju boljeg razumevanja razvojnih aspekata turizma, tako da, s obzirom na finansijske lomove i ekonomske probleme na globalnom nivou, razvoj turizma kao privredne delatnosti u budućnosti, treba tražiti kroz analizu odnosa, ili bolje reći, međuzavisnosti tehno-ekonomske i socio-ekonomske sfere u kontekstu ukupne ekonomije<sup>68</sup>.

U praksi je nemoguće odvojeno-nezavisno funkcionisanje i razvoj tehno-ekonomske i socio-ekonomske sfere zbog njihove međusobne povezanosti po modelu uzrok-posledica. Mnoge ekonomske pojave, prividno nepovezane, imaju uticaja jedna na drugu, mnogo i obratno.

„Međutim, to što je nešto povezano, ne znači i da jedno uslovljava drugo. Povezanost jednostavno dokazuje da postoji određeni odnos između dva faktora-nazovimo ih faktorima X i Y-ali nam ništa ne govori o vrsti tog odnosa. Moguće je da X uzrokuje Y; takođe je moguće i da Y uzrokuje X; a moguće je i da su X i Y samo posledice nekog trećeg faktora C.<sup>69</sup>“

Jedan od ključnih problema je u kontroli tehnologije, novostvorenih vrednosti tih tehnologija i njihove preraspodele, tako da benefiti tehnoekonomske sfere i novostvoreno bogatstvo ne dolaze u potrebnoj meri do širokih, srednjih i nižih slojeva društva.

Turizam ne može bez transformacionih i transakcionih tehnologija, na čiji značaj u privrednim kretanjima i privrednom razvoju ukazuje Frolov u kontekstu tehnološkog determinizma. Kako Frolov ističe „tehnologije uopšte jesu način korišćenja uzajamno povezanih metoda i instrumenata na povećanju efikasnosti određene delatnosti prema čijem karakteru se

---

<sup>68</sup> Frolov Daniil Petrovič (2011), *Teorija kriza posle krize-Tehnologija versus instituti*, Socijalna misao, br. 4/2011. Strana: 41, 51. Socijalna misao. Beograd.

<sup>69</sup> Stiven, D.L., and Stiven, Dž. D., (2006), *Откачена економја* (превод са енглеског Александра Чабраја), Моно и Мањана, Култура, Бачки Петровац, Србија, str.24.

vrši njihova klasifikacija. Zato je metodološki korektno razgraničenje između transformacionih i transakcionih tehnologija<sup>70</sup>.

Ovde treba istći, kada je u pitanju razvoj turizma, da je čovjek u središtu, i na strani inovacija, stvaranja novog ali i na strani ponude i tražnje. Naravno da razvoj turizma zavisi i od razvoja novih tehnologija (prvenstveno profit koji će doneti), a njihov uspeh zavisi koliko su one široko „zaživele“ u društvu ili na tržištu. Npr., izumi i otkrića Nikole Tesle. Nova tehnologija u liku Nikole Tesle živi vijekovima. Njen doprinos na planetarnom nivou je nemerljiv. Manje više, prisutna je kod svih naroda i u svim sferama života, dok niz drugih tehnologija (npr. pejdžer, pojedini tipovi mobilnih telefona i sl.) imali su kratak vek trajanja.

Praksa potvrđuje da tehnosfera traži novi promenjivi kapital neophodan u tehnološkim procesima-stvaranje infrastrukturnih i suprastrukturnih objekata i sistema, u proizvodnji i pripremanju raznih roba i usluga, ali zahteva i mnogo fiktivnog (opredmećenog) kapitala u samoj opremi-mašinama neophodnim u fazi proizvodnje. Opet treba pomenuti, kako navodi Vojin Daković<sup>71</sup> da tehnika-mašine gutaju mnogo živog rada (tzv. opredmećeni rad) u procesu nastanka, dok kasnije u funkcionisanju traže manje živog ali stručnog i skupljeg rada. Opet kada je turizam u pitanju, živi rad je nezamenjiv mašinama i kojekakvim uređajima u određenim poslovima. Tehnoekonomska sfera bez uvažavanja principa i interesa socioekonomske sfere, a u odsustvu institucija sistema ide u neizvesnost.

Međutim, pored svih ekonomskih problema, kriza i poremećaja, što i empirijska istraživanja potvrđuju, turizam je privredna delatnost (ili model ekonomskog razvoja) koja beleži rast i razvoj.

Predhodno navedeni argumenti i činjenice, potvrđuju da je turizam privredna delatnost koja na specifičan način podstiče razvoj, koristi benefite i povezuje, jednu i drugu sferu. Rast i razvoj turizma na planetarnom nivou, nezamisliv je bez novih tehnologija, s jedne strane, dok s druge strane, potrošačka (ili ekonomska) komponenta turizma podstiče razvoj ekonomije (odvijanje ekonomskih procesa).

### 2.3 Razvojne performanse turizma na globalnom nivou

---

<sup>70</sup> Frolov, isto, 2011, str.51.

<sup>71</sup> Daković, isto, 1992.

Tokom proteklih šest decenija, turizam je doživeo ekspanziju i diverzifikaciju, postavši tako jedan od najvećih i najbrže rastućih sektora privrede. U prilog tome govore i podaci Svetske turističke organizacije i Međunarodnog monetarnog fonda<sup>72</sup> koji pokazuju da je turizam jedna od pet vodećih izvoznih delatnosti u 83% zemalja sveta i glavni izvor deviznog prihoda za najmanje 38% zemalja.

Svetski turizam čini 10% ukupnog svetskog bruto domaćeg proizvoda, ostvaruje godišnji prihod veći od 1000 mlrd. USD i zapošljava 200 miliona ljudi<sup>73</sup>.

Bez obzira na političke krize, negativna ekonomska kretanja i političke turbulencije, broj međunarodnih turističkih dolazaka je u neprekidnom rastu.

Globalna ekonomska kriza se odrazila i na turizam, ali se svetska turistička industrija već u 2010. godini oporavila. Tako je 2010. godine zabeležen porast dolazaka stranih turista za 7%, dok je u 2011. godini broj međunarodnih turističkih dolazaka porastao za 4,6%.

Prema podacima Svetske turističke organizacije, u prvom kvartalu 2012. godine broj ukupnih međunarodnih dolazaka je bio za 5% veći u odnosu na isti kvartal prethodne godine. Sa postojećim godišnjim stopama rasta međunarodnih turističkih dolazaka (prosečna godišnja stopa rasta je 4,4% od 1990. godine), očekuje se da će do 2020. godine biti oko 1,6 mlrd. stranih turista u svetu<sup>74</sup>.

Evropa je i dalje vodeća turistička destinacija na koju otpada više od polovine ukupnih turističkih poseta. Tokom 2011 godine u Evropi je zabeleženo 504 mil. turističkih dolazaka. Povećenje poseta od 6% u odnosu na 2010. godinu, Evropi je osiguralo poziciju vodeće turističke destinacije. Rast međunarodnih turističkih dolazaka je naročito primetan u mediteranskom delu Evrope koji inače čini 19% svetskog turizma. Tokom 2011. godine rast su ostvarili Grčka (10%), Turska (+9%), Portugalija (+9%), Hrvatska (+9%), Španija (+8%) i Italija (+6%). Interesantno je da su druge manje turistički razvijene destinacije ostvarile čak dvocifren rast: San Marino (+30%), Makedonija (+25%), Srbija (+12%), Crna Gora i Kipar

---

<sup>72</sup> UNWTO's Tourism Economic Report, 1998.

<sup>73</sup> <http://www.unwto.org>

<sup>74</sup> Premović, J., Arsić, L.J., i Vujović, S., (2012). *Globalni strategijsko-razvojni aspekti turizma*. Majska konferencija o strategijskom menadžmentu, 25-27 maj 2012, Bor, Srbija. ISBN: 978-86-80987-96-5; Univerzitet u Beogradu–Tehnički facult y Bor, Bor.

(+10%). Rast turističkih poseta u mediteranskom delu Evrope je posledica nemira u severnoj Africi i Bliskom Istoku, ali i rasta interesovanja turista iz skandinavskih zemalja, Rusije i Nemačke.

Prema izveštaju UNWTO o prognozama turizma do 2030. očekuje se da će porast broja međunarodnih turista u svijetu rasti 3,3% godišnje u periodu između 2010. i 2030. godine.

Takođe se procenjuje da će dolasci u destinacije u razvoju rasti 4,4% godišnje u periodu između 2010. i 2030.

Tržišni udeo zemalja u razvoju porastao je sa 30% u 1980. godini na 45% u 2015. godini, a očekuje se da do 2030. dostigne 57%.

Povećan je broj međunarodnih turističkih dolazaka (posetilaca sa noćenjem) u 2015. godini za 4,6% dostigavši sumu od ukupno 1186 miliona širom sveta, što je povećanje od 52 miliona. U odnosu na prethodni period to je bila šesta godina zaredom rasta međunarodnog turizma iznad proseka nakon svetske ekonomske krize 2009. godine.

Regioni Amerike, Azije i Pacifika zabeležili su rast međunarodnih dolazaka turista od 6%, Evropa 5%. Dolasci na Bliskom istoku porasli su za 2%, dok su dolasci u Africi smanjeni za 3%, uglavnom zbog slabih rezultata u Severnoj Africi.

Prihodi od međunarodnog turizma porasli su realno za 4,4% (uzimajući u obzir

fluktuacije kursa i inflacije) sa ukupnom zaradom u destinacijama od 1260 milijardi dolara širom sveta u 2015. godini (1136 milijardi evra)<sup>75</sup>.

Jasno je da se u teoriji i praksi prate i analiziraju pozitivni uticaji i efekti turizma na privredu, međutim, u praksi postoje i negativni uticaji i efekti kao posledice razvoja turističke privrede.

Iako u teorij i postoji visok stepen saglasnosti da turizam imapozitivne ekonomske efekte na privredu, te da se može iskoristiti kao značajan faktor privrednog razvoja, postoje teoretičari koji upozoravaju i dovode u pitanje vladajuće mišljenje o naročitim privrednim efektima koji nastaju razvojem turizma.

Jedan od njih je i Robert Erbes koji je 1973. godine objavio svoju studiju pod naslovom „Međunarodni turizam i privreda zemalja u razvoju“ koju je izradio po narudžbi Međunarodne organizacije za ekonomsku

---

<sup>75</sup> <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, p.3. (28.06.2017)

kooperaciju i razvoj. U vezi sa razvojem sektora turizma, ne samo u zemljama u razvoju, nego i u privredno razvijenim zemljama autor je izneo sledeća zapažanja<sup>76</sup>:

- „ekonomska je stvarnost 'turističkog sektora' mnogo složenija, a sa aspekta privrednih efekata mnogo je manje povoljna nego što se to čini na temelju površnih ocena. Dovoljno je imati na umu veličinu investicija koje se ulažu u 'podsektor hotelijerstvo', posebno kad se radio hotelima koji posluju samo sezonski (pet do šest meseci u godini).
- nema zemlje koja raspolaže ispravnom i potpunom računicom koliko nju'košta' dolar koji je ostvarila od turističkog deviznog priliva. Nema računice bili taj dolar koštao manje da su ista investicijska sredstva uložena u 'turistički sektor', bila uložena u neki drugi privredni sektor, koji bi se skladnije uklapao u privredu zemlje kao celine.
- malo je zemalja, ako uopšte postoje, koje bi mogle i smele svoj ekonomski spas očekivati samo od turizma“<sup>77</sup>.

Osim Roberta Erbesa bilo je i drugih autora (R.Lawson, G.Menges, J.A.Bodlender, Ivan Antunac i drugi) koji su smatrali da je vladajuće mišljenje o posebnim privrednim efektima potrošnje stranih turista za privredu posećene zemlje preterano, odnosno da su preterane ocene o značaju i efektima međunarodnog turizma u privredi posećene zemlje<sup>78</sup>.

Međutim, bez obzira na određene opravdane kritike efekata potrošnje stranih turista, ipak je mnogo više pozitivnih, posebno izdvajajući npr. izvoz kod kuće roba i usluga koje se po konvencionalnim procedurama nebi mogle izvesti bilo gde u inostranstvo.

## 2.4 Uticaj turizma na kružni tok ekonomskog procesa

Ekspanzija ekonomskih, i drugih sa njima povezanih problema, reflektovanih kroz prizmu finansija u razvijenim privredama, poprima sve veće razmere, prelivajući iste i na ostale manje razvijene privrede, stvarajući sve veći jaz između bogatih i siromašnih slojeva stanovništva<sup>79</sup>.

---

<sup>76</sup> <http://www2.unwto.org/agora/indirect-impact-tourism-economic-analysis>

<sup>77</sup> <http://www2.unwto.org/agora/indirect-impact-tourism-economic-analysis>

<sup>78</sup> [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/111020-rapport\\_vellas\\_en.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/111020-rapport_vellas_en.pdf)

<sup>79</sup> Vujović i ostali, 2016.

Specifična uloga turizma u kontekstu ekonomskog procesa jeste da niz problema ekonomije, vezanih za demografski faktor (brojnost stanovništva, neravnomerna naseljenost, stope nataliteta), prirodni resursi (obim, odnos čovjeka prema resursima i eksploatacija), energija i hrana, kontrola i raspodela nacionalnih prihoda, pa sve do temeljnih tokova ekonomskog procesa, na specifičan način apsorbuje, ublažava i rešava, stalnim podsticajima proizvodnih i potrošnih jedinica.

Posebno je značajan uticaj turizma (inostranog) na platni bilans i prelivanje BDP (bruto domaći proizvod) između pojedinih privreda sveta. Jedna od specifičnosti turizma jeste, da funkcionisanjem turističke tražnje i ponude, dolazi do prelivanja ličnih dohodaka iz jedne države u drugu, bez ikakvih sporazuma Vlada država, bez međunarodnih konvencija, deklaracija i sl.

Dakle, mehanizami turističke ponude i tražnje, omogućavaju izvoz materijalnih i nematerijalnih vrednosti kod kuće, bez formalnih procedura pakovanja, carinskih procedura, špedicije i drugih postupaka spoljnotrgovinskog poslovanja. Posebno je interesantan izvoz kod kuće neopipljivih vrednosti, onih koje se nemogu upakovati (doživljaji, duhovna i emocionalna osećanja, svih onih vrednosti koje čine neprolaznu baštinu usmene tradicije jednog naroda), standardizovati i prodavati kao klasični proizvodi i usluge<sup>80</sup>.

Turizam kao privredna delatnost u pojedinim zemljama (Španija, Austrija, Grčka) gledajući po deviznom prilivu, učešću u BDP i broju zaposlenih u ovoj delatnosti, postaje sve respektabilniji. Činjenica je da su svi finansijski centri moći, finansijske institucije i najnovije tehnologije kod razvijenih privreda sveta, tako da se i finansijski problemi u tim privredama prelivaju u manje razvijene privrede, koje zahvaljujući sopstvenim atraktivnim prirodnim i antropogenim vrednostima i drugim komparativnim prednostima, te iste probleme apsorbuju na pozitivan način.

Često je danas pitanje, da li je koncept liberalnog kapitalizma, dirigovan od strane velikih svetskih korporacija, vodeći problem i kako utiče na globalne turističke tokove?

Svi moćni savezi i blokovske podele sveta (misli se pre svega na NATO i EU) na planetarnom nivou traže rešenje ekonomskih problema, u smislu stvaranja nivoih tržišta. Nastoje rešiti problem prodaje, kao jedan od

---

<sup>80</sup> Guzina, S., (2009), *Proviđenja Mata Glušca-baška čoeaka*, Dis Publik, Beograd, Srbija



centralnih problema razvijenih zemalja. Razvijenim privredama nije problem proizvesti bilo šta, problem je gdje i kako to prodati.

Velike korporacije nametnule su potpuno nov koncept uređenja društveno-ekonomskih odnosa, tzv. „korporatokratiju“.

Suština „korporatokratije“ jeste da velike korporacije-njihovi lideri-ili bolje reći finansijski političari, diktiraju zadatke političarima u strukturama vlasti, kako da projektuju zakonodavnopravnu regulativu, kakve politike da vode, gde da iniciraju ratove i sl, a sve u cilju enormnog uvećavanja sopstvenog finansijskog kapitala.

Međutim, i korporatokratija je u problemima, jer kao lokomotiva neoliberalnog kapitalizma, vodi urušavanju osnovnih ekonomskih postulata, stvaranju sve većeg jaza između tehnoeekonomske i socioekonomske sfere, sve većeg jaza između siromašnih i bogatih, urušavanju funkcionisanja mehanizma tržišta rada, tržišta roba i usluga, nepoštovanju osnovnih ljudskih prava i sl. Vodi urušavanju ustavnopravnih poredaka, a time nefunkcionisanju sistema kontrole stvaranja i raspodele novostvorenih vrednosti. Poseban problem predstavlja neadekvatan sistem primarne i sekundarne raspodele.

Čuveni nobelovac Džozef Stiglic (glavni ekonomista Svetske banke od 1997 do 2000) u prilog tvrdnji, kako je rekao na samitu u Lindau<sup>81</sup>, da će ubrzani rast jaza između bogatih i siromašnih, koji se danas pretvara u gorući problem, imati ogromne ekonomske posledice, naveo je podatke da 95% nacionalnog prihoda u SAD odlazi u džep samo jednog procenta ljudi, da su prosečna primanja niža nego pre četvrt veka, da bogati postaju sve bogatiji, a siromašni sve siromašniji, kao i u mnogim drugim zemljama.

Ključni faktor leži, kako je Stiglic naveo, u tome da nije dovoljno uloženo u informisanje najšire populacije, koja i dalje veruje u zablude, tipa američkog sna o čovjeku koji počinje kao perač sudova, a zatim ga težak rad vodi do statusa milionera. Kad je u pitanju ekonomija evropskog kontinenta, Stiglic navodi da su podele bogatstva na starom kontinentu manje neravnomerne nego u SAD, zahvaljujući jakoj srednjoj klasi u Njemačkoj i Skandinaviji. U ostalom delu Evrope disproporcija je mnogo veća. Još je interesantno, da američki trend disproporcije razvoja i

---

<sup>81</sup>Na petom samitu ekonomista nobelovaca 2014 godine (okupljaju se svake treće godine), u Lindau, na jezeru Konstans u blizini njemačko-austrijsko-švajcarske granice, njemačka kancelarka Angela Merkel tražila je od laureata Nobelove nagrade, odgovore vezane za prognoze ekonomskog rasta, ispravljajući postojeće.

raspodele bogatstva, u stopu prati Kina. „U njenoj ekonomiji, koja je u vrtoglavom usponu, 95% bogatstva koncentriše se u rukama jedva 5% ljudi“<sup>82</sup>.

Ne osporavajući stavove Stiglicia, smatramo da je ekonomsko siromaštvo veći problem od problema informisanja najšire populacije koja, kako on navodi „i dalje veruje u zablude, tipa američkog sna o čovjeku koji počinje kao perač sudova, a zatim ga težak rad vodi do statusa milionera“.

Međutim, pored svih navedenih problema, turizam na globalnom nivou posmatrano, ima pozitivnu stopu rasta. Kao i drugi sektori na globalnom nivou, turizam je također osjetio pritisak globalne ekonomske krize. Svjetska ekonomska situacija nakon 2007/2008 postavila je dodatni pritisak na psihofizičko stanje ljudi i njihovo zdravlje. Ljudi sve više traže nove načine odmora i relaksacije. Neki oblici turizma, na globalnom nivou, zbog ekonomske krize, su usporeni, međutim, turistički sektor u cjelini izuzetno dobro stoji tokom posljednjih dvije-tri godine nudeći nove modele turizma, kao na primer Wellness turizam<sup>83</sup>. Ukoliko određena destinacija, zona ili regija poseduje kvalitetne anorganske, organske i antropogene elemente, turizam je svakako delatnost koja omogućava privredni razvoj i efikasnije uključivanje u međunarodnu podelu rada<sup>84</sup>.

Turizam je inkorporiran direktno u tri, od četiri (ekstraktivna industrija, poljoprivreda, prerađivačka industrija i saobraćaj) osnovne oblasti materijalne proizvodnje-saobraćaj, prerađivačka industrija i poljoprivreda. „Osim ekstraktivne industrije, poljoprivrede i prerađivačke industrije postoji još i četvrta oblast materijalne proizvodnje, koja takođe prolazi kroz različite stupnjeve, zanatskog, manufakturnog i mehaničkog rada-to je transportna industrija (Lokomotions industrie) bilo da transportuje ljude ili robu“<sup>85</sup>.

Shodno predhodno navedenim stavovima, za turizam se može reći da je prva (ili jedna) od pet osnovnih oblasti materijalne proizvodnje. S obzirom da postoji višestruka direktna povezanost turizma i saobraćaja, poljoprivrede i prerađivačke industrije i ako isključimo ekstraktivnu

---

<sup>82</sup><http://www.dasoertliche.de/Themen/Fuchs/Lindau.html>

<sup>83</sup> Koncul, N., (2012), *Wellness: A new mode of tourism*, Economics Research, Vol. 25, No. 2 jun 2012, p.503-534. Str.503

<sup>84</sup> Vujović, 2011, str.42.

<sup>85</sup> Karl Marx (1978), *Teorije o višku vrednosti-knjiga I*, Prosveta, Beograd, str.387.

industriju, turizam je onda jedna od četiri osnovne oblasti materijalne proizvodnje.

Zemlje sa razvijenim turizmom mogu zahvaljujući prihodima od turizma, kompenzovati neophodna dobra ekstraktivne industrije, tako da se turizam može tretirati kao prva od četiri osnovne oblasti materijalne proizvodnje (turizam, poljoprivreda, saobraćaj i prerađivačka industrija).

## **2.5 Uticaj turizma na platni bilans, bruto društveni proizvod i nacionalni dohodak**

Turizam kao privredna delatnost, kroz brojne funkcije, ima jako široko i heterogeno dejstvo na kružni tok ekonomskog procesa, privredu i društvo u celini. Neki teoretičari (Clement, Gunn, Unković), kao osnovne funkcije turizma navode: zdravstvenu, tehničku, kulturno-socijalnu, privrednu i političku.

Pojedini istraživači (Bakić, O., Dulčić, A.) u osnovne funkcije koje utiču na ekonomski proces navode: ekonomsku, zdravstvenu, kulturno-obrazovnu i političku, dok pojedini govore o grupama funkcija- grupi ekonomskih funkcija, kao dominantnoj, dodajući: zdravstvenu, socijalnu, političku, obrazovno-kulturnu funkciju i rekreativno-zabavnu.

U literaturi o osnovnim pitanjima turizma, interesantna je podela na primarne i posledične funkcije, gde se pod primarnim apostrofira grupa ekonomskih funkcija, a pod posledičnim sve ostale neekonomske funkcije<sup>86</sup>.

Shodno teorijskim, kroz literaturu realizovanim istraživanjima, kao glavna podela svih funkcija turizma, može se navesti podela na: ekonomske i neekonomske funkcije.

U okviru ekonomskih funkcija izdvajaju se funkcije direktnih (uticaji na platni bilans, nacionalni dohodak, na zapošljavanje i sl.) i funkcije indirektnih uticaja (uticaji na druge privredne delatnosti), međutim, ne smeju se zaboravljati multiplikativni efekti i tzv. ostale funkcije turizma, posebno inostranog. Bez obzira na sve vrednosti i znanja statistike, ugostiteljsko-turističke evidencije i analize, nemoguće je stopostotno praćenje efekata turizma.

---

<sup>86</sup> Bakić, O., i ostali (1999), *Osnove turizma sa osnovama ugostiteljstva*, Čigoja, Beograd, Srbija, str.70.

Kod direktnih uticaja ili efekata turizma na platni bilans, BDP i ND, poseban značaj imaju prihodi ostvareni potrošnjom turista iz inostranstva, tzv. nevidljivi izvoz. Nevidljivi izvoz, daje turizmu posebnu prednost u odnosu na sve ostale privredne delatnosti i sektore. Nevidljivi izvoz i nevidljivi uvoz direktno utiču na platni bilans zemlje, s tim što nevidljivi izvoz utiče pozitivno a, nevidljivi uvoz negativno. Pozitivna razlika, tj. veći nevidljivi izvoz od nevidljivog uvoza, povećava platni bilans, dok suprotna situacija smanjuje platni bilans. „Petrošnja stranih turista utiče direktno na preliivanje nacionalnog dohodka između privreda, iz zemalja iz kojih turisti dolaze, preliiva se deo nacionalnog dohodka u zemlje u koje turisti dolaze i troše. Ekonomski efekti turizma na privredu Srbije mogu da se posmatraju sa više aspekata među kojima se izdvajaju učešće turizma u ukupnom bruto društvenom proizvodu (BDP) Srbije, prihodi od inostranih turista, broj zaposlenih u turističkom sektoru u odnosu na ukupnu zaposlenost i učešće investicija u turizmu u ukupnim investicijama u Srbiji“<sup>87</sup>.

Prihodi od inostranog turizma, direktno reprezentuju kauzalnu povezanost između turizma i realnog ekonomskog rasta, ukazujući, kako na kratkoročnu, tako i na dugoročnu vezu među njima<sup>88</sup>.

U tabeli br. 3 dati su podaci učešća (ukupni efekti) turizma u BDP-u u svetu, EU i pojedinim zemljama, u periodu od 2007 do 2017 i projekcija za 2018. godinu.

Prema podacima WTTC, ukupan doprinos turizma BDP-u u svijetu u periodu od 2007 do 2017. godine u prosjeku je 9,4% .

Tabela br. 3 Učešće turizma u BDP-u, u %.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
SVET	9,6	9,4	9,3	9,0	9,1	9,1	9,2	9,3	9,8	10,2	10,4	10,5
Evropa	8,1	8,0	8,0	7,7	7,6	7,7	7,6	7,2	9,4	8,4	8,2	///
EU 27	8,3	8,1	8,1	7,8	7,8	7,8	7,8	7,7	9,8	10,2	10,3	10,4

<sup>87</sup> Štetić, S., Vujović, S., Šimičević, D., i Janković, D.: *The importance of business tourism to national economies in transition: The case of Serbia*, TTEM-Technics Technologies Education Management, Vol.7, No.4, 2012. ISSN: 1840-1503

<sup>88</sup> Norsiah, K., Mohd Zaini A.K., (2012), *Tourism and Economics Growth Malaysia: Evidence from Tourist Arrivals from ASEAN-5 Countries*, Economics Research, Vol. 25, No-4 decembar 2012, p. 1089-110, str.89.

Hrvatska	27,6	28,5	25	26,3	27,5	29	29,7	30,1	30,5	24,7	25,0	25,1
Makedonija	5,1	5,2	5,2	5,1	5,2	5,5	5,6	5,7	5,7	6,7	6,6	6,1
Crna Gora	21,6	24	16	15,7	17,1	19,7	22,9	25,5	27,4	22,1	23,7	25,1
Srbija	6,1	5,9	7,5	7,8	8,0	8,0	8,0	8,0	7,9	6,7	6,7	6,7
Austrija	12,1	12	12,3	11,7	11,8	12,2	12,5	12,6	12,8	15,6	14,8	14,6
Grčka	17,3	16,5	15,2	15,3	15,7	16,3	16,7	16,9	17,1	18,6	19,7	20,2
Italija	9,3	8,7	8,4	8,4	8,5	8,7	8,8	8,9	9,0	11,1	13,0	13,1
Portugal	13,6	14,2	13,3	13,8	14,7	15,1	15,4	15,6	15,7	16,6	17,3	17,8
Španija	14,9	14,9	14,7	14,3	14,3	14,4	14,4	14,3	14,3	14,2	14,9	14,9

Izvor: WTTC Tourism Research, <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/europelcu2018.pdf> (08.08.2018)

Konkretnije praćenje efekata turizma na platni bilans, BDP i ND može se analizirati preko BDV (bruto dodatne vrednosti) gde se konkretno prate doprinosi pojedinih sektora u okviru turizma (hotelijerstvo, restoraterstvo, privatni smeštaj, prevoz).

Turistički bilans kao deo ukupnog platnog bilansa, daje detaljan pregled svih prihoda i rashoda od turizma. U širem smislu obuhvata sve prihode od prodaje roba i usluga stranim turistima, prihode ostvarene po osnovu investicija u strane turističke privrede, prihode ostvarene izvozom roba i usluga u svrhe turizma stranih privreda, zatim prihode od raznih taksi koje plaćaju strani turisti, dok u užem smislu obuhvata samo prihode od „nevidljivog“ izvoza (prihodi od potrošnje stranih turista) i „nevidljivog“ uvoza (svi rashodi po osnovu putovanja domaćeg stanovništva u inostranstvo).

Na platni bilans, kako je predhodno pomenuto, turizam utiče prvenstveno prihodima od potrošnje stranih turista. Ukoliko neka zemlja X, npr. ima deficit u platnom bilansu od 10 miliona dolara (znači da uvozi više nego što izvozi raznih roba i usluga u vrednosti od 10 miliona dolara, u određenom periodu-najčešće od godinu dana), problem može rešiti u koliko ostvari suficit u turističkom bilansu u tom ili većem iznosu od 10 miliona dolara, pokrivajući postojeći deficit platnog bilansa, suficitom u turističkom bilansu.

Naravno da u praksi postoje i druge situacije, gde, npr., suficit u platnom bilansu u iznosu od 18 miliona dolara, određena privreda povećava, ukoliko je ostvarila i suficit u turističkoj privredi od 8 miliona dolara, beležeći ukupan suficit od 26 miliona, ili npr. situacija gde ostvareni deficit od 80 miliona dolara, određena privreda može pogoršati ukoliko ostvari deficit po osnovu prihoda od turizma u iznosu od 4 miliona dolara, beležeći ukupan deficit od 84 miliona dolara, ili situacija kad određena privreda ostvarenim suficitom u platnom bilansu od 120 mil. dolara, pokriva ostvaren deficit od 5 mil. dolara u turističkom bilansu.

Kako i koliko se DP (društveni proizvod) preliva iz određenih privreda u druge, vidi se kroz turističke bilanse tih privreda.

Emitivnim zemljama smatraju se one zemlje koje deo svog DP-a prelivaju u druge zemlje po osnovu turističke potrošnje, ostvarujući negativan saldo u turističkom bilansu, dok se zemlje koje ostvaruju pozitivan saldo turističkog bilansa smatraju receptivnim zemljama.

## **2.6 Turizam u funkciji podsticajnog faktora ekonomskog procesa**

Odnos neograničenih želja i potreba stanovništva, s jedne strane, i njihovih ograničenih mogućnosti s druge strane, ili odnos proizvodnih i potrošnih jedinica, tržišni mehanizmi (funkcionisanje tržišta) i ponašanje ekonomskih subjekata na tržištu su aspekti koju omogućavaju spoznaju turizma u ekonomskom procesu.

Dva osnovna faktora turizma „slobodno vreme i slobodan novac“ koji su s jedne strane cilj ljudskog stvaralaštva a u cilju zadovoljenja potreba za luksuzom, odmorom, oporavkom i rekreacijom, u direktnoj su vezi sa osnovnim ekonomskim odnosom, odnos između ograničenih dobara i neograničenih potreba. Dalje ovaj odnos vodi do osnovnog odnosa ili uslova opstanka čovjeka, a to je odnos čovjek i priroda.

„Čovjek mora najpre privređivati, tj. proizvesti raznovrsna dobra, kako bi, trošeći ta dobra mogao zadovoljiti različite potrebe. Pri tome su njegove mogućnosti proizvodnje dobara ograničene jer su resursi ograničeni, za razliku od potreba koje su u pravilu iznad proizvodnih mogućnosti<sup>89</sup>“.

Sva dobra koja čovjek stvara (nisu cilj sama po sebi, već novac i druga dobra koje taj isti proizvođač kupuje na tržištu za novac da bi zadovoljio

---

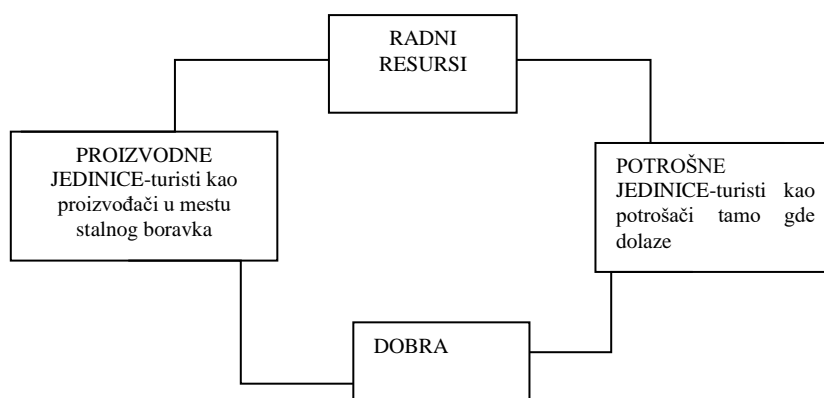
<sup>89</sup> Dulčić, A., (2001): *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, str.49.

određene potrebe) proizvode se u proizvodnim jedinicama (najčešće u nekim preduzećima), a troše ih potrošači, odnosno čovjek kao potrošačka jedinica u cilju zadovoljenja potreba.

Kako navodi Milanović<sup>90</sup> u mikroekonomiji kao pravcu ekonomije, dominiraju analize ponašanja pojedinačnih ekonomskih jedinica, potrošača domaćinstava i proizvođača/preduzeća.

Čovjek u ulozi turista putujući i trošeći stečeni novac i slobodno vreme u cilju zadovoljavanja potreba, pokreće opet niz proizvodnih jedinica (hotelijeri, ugostitelji, proizvođači hrane, saobraćaj, građevinski sektor, brojni posrednici na turističkom tržištu, i sl).

Skica br. 1 Proizvodne i potrošne jedinice u ekonomskom procesu



*Izvor: Dulčić, A., (2001), Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb, str.49.*

Povezanost i međuzavisnost proizvodnih i potrošnih jedinica u ekonomskom procesu šematski je pojašnjena na skici broj 1, u cilju jednostavnijeg razumevanja njihove upućenosti jednih na druge.

Znači, stečeni novac u proizvodnim jedinicama turista troši tako da ga ne isključuje iz ekonomskog procesa, već nastojeći da zadovolji sopstvene turističke potrebe tim novcem, pokreće niz ostalih proizvodnih jedinica gde se proizvodno-potrošački proces nastavlja.

Kako navodi Dulčić „Proizvodnja nije cilj za sebe, već čovjek privređuje da bi se održao i bavio brojnim drugim delatnostima. Kejns (John Maynard Keynes) će reći: potrošnja je jedini cilj i isključiva svrha čitave

<sup>90</sup> Milanović, M.R. (2007), *Osnovi ekonomije*, Megatrend univerzitet, Beograd, str.33.

ekonomske aktivnosti<sup>91</sup>. Shodno konvencionalnim definicijama i prihvatanjima pojmova „turista i turizam“ Kejnsova teza implicira suštinu turizma.

Konstantna želja za promenom, spoznajom novoga ili potenciranje „loše prilagođenosti“ kod svih nivoa društvene zajednice, generiše potrošnju, a što u kontekstu ekonomskih procesa-ekonomskog razvoja daje prednost turizma u odnosu na ostale privredne delatnosti. Ograničenje potrošača, osim s jedne strane, slobodnim vremenom i slobodnim novcem, ogleda se, posledično, u smanjenju proizvodnje i potrošnje, potrošnih dobara i usluga.

Odnos između resursa i potreba ukazuje da su svi napori čovjeka usmereni ka usklađivanju potreba i mogućnosti. Turističke potrebe manifestuju se kroz potrošnju turista, i kvantifikuju se količinom potrošenog-kupljenog.

Dominantnost komercijalnih motiva na strani ponude daje primat ekonomskom pristupu i ekonomskim interesima, dok, prostorni pristup podrazumeva, kao polazni okvir ili osnovu uvek, određenu destinaciju ili turističko mesto<sup>92</sup>.

Shodno predhodnim stavovima vezanim za definisanje turizma u ekonomskom procesu, kroz odnose proizvođačkih i potrošačkih jedinica, neophodno je istaći da je tržišni mehanizam nezaobilazan.

Sistemska pristup tržištu, u kontekstu predhodno apostrofiranog ekonomskog procesa, podrazumeva funkcionisanje tržišta dobara-usluga i tržišta faktora, kao podsistema ili parcijalnih tržišta. Učesnici u ekonomskom procesu na ovim parcijalnim tržištima uspostavljaju međusobne odnose u kojima se određuju cene i količine traženih dobara i usluga<sup>93</sup>.

---

<sup>91</sup> Dulčić, isto, str.49.

<sup>92</sup> Vujović i ostali, 2011, str.563.

<sup>93</sup> Vujović, Cvijanović i Štetić, 2012.



### **3. UTICAJ SOCIO-DEMOGRAFSKIH KARAKTERISTIKA STANOVNIŠTVA NA RAZVOJ TURIZMA**

U cilju utvrđivanja uticaja socio-demografskih karakteristika stanovništva na razvoj turizma, na primeru Srbije, rađeno je istraživanje povezanosti ponašanja i percepcije ispitanika u vezi sa učešćem u domaćem i inostranom turizmu, a u zavisnosti od njihovih sociodemografskih karakteristika.

Tokom istraživanja, posebna pažnja je posvećena ispitivanju da li postoji povezanost između pola, uzrasta i stepena stručne spreme ispitanika i njihovih navika u vezi s odlaskom na godišnji odmor, procenom važnosti pojedinih elemenata smeštajnog objekta i stavova prema pojedinim manifestacijama u Srbiji, kao i o turizmu generalno. Predpostavlja se da su godišnji odmori neizostavni deo savremenog načina života, svakodnevno izloženog velikoj količini stresa, da im ljudi pridaju veliki značaj u životu, te da je neophodno što bolje i dublje razumeti njihovu percepciju i ponašanje u vezi sa ovim segmentom.

Istraživanjem, obradom i analizom dobijenih rezultata ispitivana je povezanost između sociodemografskih varijabli (pola, uzrasta i stepena stručne spreme ispitanika) i navika, i stavova ispitanika koji su u vezi sa turizmom i provođenjem godišnjeg odmora.

Dakle, cilj istraživanja je bio, potvrditi da navedene sociodemografske varijable imaju presudan uticaj na turistička putovanja i provođenje godišnjih odmora, ili jasnije formulisano, uticaj na pokretačke faktore razvoja turizma.

U sprovedenom istraživanju učestvovalo je, ili obrađeni su odgovori ukupno 183 ispitanika, a od toga je 78 ispitanika (42.6%) bilo muškog, a 105 ispitanika (57.4%) ženskog pola.

Što se tiče uzrasta, ispitanici su bili podeljeni u sledeće kategorije: 6.6% ispitanika je bilo uzrasta između 20 i 30 godina, u kategoriji uzrasta između 31 i 40 godine se našlo 41 % ispitanika, isti procenat ispitanika se našao u kategoriji uzrasta između 41 i 50-te godine, 3.3% ispitanika u kategoriji između 51 i 65-te godine, a 8.2 % je bilo starosti iznad 65 godina.

Takođe, ispitivao se i radni status ispitanika i pokazano je da je 77 % ispitanika zaposleno, 14.8 % je nezaposleno, 1.6% ispitanika ima status učenika ili studenta, a 6.6 % ispitanika je penzionisano. Što se tiče stečenog obrazovanja, u ovom uzorku se našlo 41 % ispitanika sa završenom srednjom školom, 44.3 % ispitanika sa završenim fakultetom dok samo 14.8% ispitanika ima završen master ili doktorat. Zatim, ispitanici su bili podeljeni u sledeće kategorije prema visini ličnih mesečnih prihoda: 11.5% ispitanika navodi da ne ostvaruje lične prihode, 47.5% ispitanika zarađuje do 500 evra, 27.9 % ostvaruje između 501 i 1000 evra, 9.8 % ostvaruje između 1001 i 1500 evra, u kategoriji prihoda između 1501 i 2000 evra se nije našao nijedan ispitanik, a preko 2000 evra mesečno ostvaruje 3.3% ispitanika.

Osim ličnih prihoda, ispitanici su bili podeljeni i prema tome koliki su ukupni mesečni prihodi domaćinstva u kojem žive, pa tako niko od ispitanika nije naveo da nije upoznat sa mesečnim prihodima domaćinstva u kojem živi, 19.7 % ispitanika živi u domaćinstvu u kojem su prihodi do 500 evra mesečno, 54.1 % ispitanika navodi da živi u domaćinstvu u kojem su prihodi od 501 do 1000 evra mesečno, u kategoriji prihoda između 1001 i 1500 evra mesečno se nalazi 9.8 % ispitanika, u kategoriji između 1501 i 2000 evra prihoda mesečno se nalazi 4.9% ispitanika, a isti procenat ispitanika se nalazi u kategoriji između 2001 i 3000 evra, dok 3.3% ispitanika živi u domaćinstvima u okviru kojih su prihodi veći od 3000 evra, dok je isti procenat ispitanika izjavio da nije poznato sa ovom informacijom. Zatim, pokazano je da 9.8% ispitanika živi samostalno, kod 23 % ispitanika je pokazano da žive u dvočlanom domaćinstvu, njih 24.6% živi u tročlanom, 34.4 % u četvoročlanom, 4.9% živi u petočlanom domaćinstvu dok 3.3% ispitanika živi u šestočlanom domaćinstvu, a niko od ispitanika nije naveo da živi u sedmočlanom ili u domaćinstvu sa preko sedam članova domaćinstva. Što se tiče podele ispitanika prema tome koliko članova njihovih domaćinstava ostvaruje prihode, pokazuje se da kod 29.5% ispitanika samo jedan član ostvaruje prihode, kod 59% ispitanika dva člana ostvaruju prihode, u slučaju 9.8% ispitanika tri člana domaćinstva ostvaruje prihode, u domaćinstvima u kojim četiri člana ostvaruje prihode živi 1.6% domaćinstva, dok se u uzorku nisu našli ispitanici koji žive u domaćinstvima u kojima više od 4 člana ostvaruje prihode.

Proces istraživanja je bio kvantitativnog tipa, a dobijeni podaci su obrađeni statističkim analizama u okviru SPSS softverskog paketa<sup>94</sup>.

Istraživanje je sprovedeno putem upitnika u okviru kojih su ispitanici osim sociodemografskih varijabli<sup>95</sup> odgovarali na pitanja u vezi sa njihovim navikama koje se tiču provođenja godišnjeg odmora, tako što su imali ponuđene odgovore od kojih su birali onaj koji odgovara njihovim navikama<sup>96</sup>.

Druga grupa zavisnih varijabli je bila operacionalizovana putem Likertove skale<sup>97</sup> procene u okviru koje su ispitanici procenjivali u kojoj meri su im važni pojedini elementi smeštaja na godišnjem odmoru<sup>98</sup>.

Treća i četvrta grupa zavisnih varijabli je takođe bila operacionalizovana putem petostepene skale Likertovog tipa u okviru kojih su ispitanici iskazivali u kojoj meri su posvećeni pojedinim turističkim sadržajima/manifestacijama u Srbiji, kao i koliko se slažu sa tvrdnjama generalno povezanim sa turizmom u Srbiji.

Kod istraživanja relevantnosti uticaja socio-demografskih karakteristika na razvojne procese turizma, S. Lović kao interesantna, navodi iskustva Jeferson-a i Lickorish-a<sup>99</sup>. Kod analize uticaja socio-ekonomskih varijabli stanovništva na razvoj turizma, pojedini autori poseban značaj daju varijablama povezanim sa donošenjem odluka o putovanju ili koje utiču na motive (u smislu podsticaja) putovanja<sup>100</sup>.

---

<sup>94</sup> Blagojević, N., (2015): *Analitičke karakteristike statističkog softvera SPSS kroz primer* (available: <http://www.vps.ns.ac.rs/SB/2008/3.21.pdf> 07.11.2015).

<sup>95</sup> Muratovic, L. (2013); *Socio-demographic variables as predictors of academic achievement motivation*, School vjesnik- Journal of pedagogical and educational issues, Vol.62 No.2-3 July 2013.

<sup>96</sup> Bulent J.S.C., Ozer, O., Çaliskan, U., (2015); *The relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: a case of Kusadasi, Turkey*, (pp. 232-242), available <http://www.emeraldinsight.com/toc/tr/70/3> (27.08. 2015).

<sup>97</sup> Butrovac, I., (2014); *Likert scale*, available, <http://www.scribd.com/doc/210936532/likertova-skala> Likertova-skala#scribd (25.08.2015).

<sup>98</sup> Petrovečki, M., Bill-Zula, L. (2015); *Variables, measurement, data*, available, [http://mi.medri.hr/assets/P3\\_Mjerenje%20i%20prikupljanje%20podataka.pdf](http://mi.medri.hr/assets/P3_Mjerenje%20i%20prikupljanje%20podataka.pdf) (27.08.2015).

<sup>99</sup> Lović, S., Bjeljac, Ž., Cvetković, M., (2012): *Turistička manifestacija „Dani šljive-šljivo moja“ u Blacu-Analiza geografskog porekla posetilaca i njihovih određenih demografskih karakteristika*, Geografski institut „Jovan Cvijić“ SANU, Beograd

<sup>100</sup> Crompton L. J. & McKay L. S., (1997): *Motives of visitors attending festival events*, Annals of Tourism research, 24 (2).

*Nezavisne varijable* u ovom istraživanju su bile pol, uzrast i stepen stručne spremlje ispitanika<sup>101</sup>. Kao što je već opisano u odeljku uzorka, 78 ispitanika je bilo muškog, a 105 ispitanika ženskog pola. Kada je reč o uzrastu, 6.6 % ispitanika je bilo uzrasta između 20 i 30 godina, 41 % ispitanika je bilo uzrasta između 31 i 40 godine, isti procenat ispitanika se našao u kategoriji uzrasta između 41 i 50-te godine, njih 3.3% je bilo starosti između 51 i 65te godine, dok je 8.2 % je bilo starosti iznad 65 godina.

*Zavisnim varijablama* su se ispitivale navike ispitanika kada je godišnji odmor u pitanju, stepen važnosti koji pridaju pojedinim elementima smestaja na godišnjem odmoru, kao i njihovi stavovi i stepeni posvećenosti trustičkim sadržajima/manifestacijama u Srbiji i turizmu generalno.

Tako, prvom zavisnom varijablom se ispitivalo koliko su ispitanici spremni da izdvoje novca za svoj godišnji odmor, te se pokazuje da je 39.3 % ispitanika spremno da izdvoji jednu mesečnu zaradu za odmor, 32.8 % ispitanika navodi da je spremno da izdvoji dve mesečne zarade, 3.3.% ispitanika navodi da je spremno da izdvoji tri mesečne zarade, nijedan ispitanik nije naveo da je spreman da izdvoji četiri mesečne zarade, dok 8.2 % ispitanika navodi da je spremno da izdvoji više od 4 mesečne zarade, a 16.4% ispitanika je naveo da ništa od navedenog nije slučaj.

Sledećom zavisnom varijablom se ispitivalo na koji način ispitanici finansiraju svoj godišnji odmor i pokazuje se da 62.3% ispitanika odmor finansira samostalno, 13.1% ispitanika finansira godišnji odmor uz pomoć roditelja, dece, familije ili partnera, njih 3.3 % ga finansira uz pomoć kredita, 14.8 % ispitanika finansira odmor uz pomoć odloženog plaćanja, dok 6.6 % ispitanika navodi da godišnji odmor finansira na neki drugi način.

Potom, ispitivalo se i na koji način ispitanici najviše vole da provode svoj odmor, te se pokazuje da najveći procenat ispitanika, njih 75.4% provodi svoj odmor na moru, 6.6% ispitanika najviše voli da odmor provodi na planini, niko od ispitanika nije naveo da voli da odmor provodi na jezeru, 1.6% ispitanika navodi da voli odmor da provodi u banji, 3.3 % ispitanika se najradije odlučuje za seoski turizam, njih 4.9 % se najradije

---

<sup>101</sup> Marković-Denić, Lj., *Izvori varijabli i mogućnosti merenja*, available: <http://www.mfub.bg.ac.rs/dotAsset/36150.pdf> (08.11.2015).

odlučuje za gradski turizam (u domaćim i stranim gradovima), dok 8.2 % ispitanika navodi da odmor provodi na neki drugi način.

Dalje, ispitivalo se i u kojoj zemlji ispitanici najviše vole da provode godišnji odmor, pa tako 62.3% ispitanika navodi da svoj godišnji odmor najradije provodi u Grčkoj, 8.2% ispitanika navodi Crnu Goru kao zemlju u kojoj najradije provodi svoj godišnji odmor, njih 1.6% navodi da je reč o Turskoj, 3.3% ispitanika navodi da se najradije opredeljuje za Egipat kao državu za godišnji odmor, u Španiji samo 1.6% ispitanika najradije provodi svoj godišnji odmor, a isti procenat ispitanika je to iskazao i za Hrvatsku, 4.9% ispitanika se najradije opredeljuje za godišnji odmor u Srbiji, dok 16.4% ispitanika navodi da je o nekoj drugoj zemlji reč.

Sledećom varijablom se ispitivalo i koliko dana, tačnije u kojim smenama ispitanici provode svoj odmor, te se pokazuje da se 1.6% ispitanika odlučuje na odmor u smeni od po 7 dana, njih 42.6% se odlučuje za smene od 10 dana, 14.8% ispitanika bira odmor koji je određen smenom od po 15 dana, dok se 41% ispitanika odlučuje za smenu dana po sopstvenom izboru.

Takođe, ispitivalo se i šta ispitanici najčešće koriste kao prevozno sredstvo prilikom odlaska na godišnji odmor, pa tako 68.9% ispitanika koristi sopstveni prevoz, 18% ispitanika putuje autobusom, njih 1.6% se odlučuje za voz, niko od ispitanika ne putuje brodom, a avionom na godišnji odmor putuje 11.5 % ispitanika.

Što se tiče vrste smeštaja koji ispitanici najčešće biraju, pokazuje se da se 16.4% ispitanika odlučuje za sobu u hotelu, njih 11.5% se odlučuje za apartmanski ili studijski hotelski smeštaj, a 4.9% najčešće bira sobu i 41 % ispitanika bira apartman ili studio u privatnom smeštaju.

Dalje, za all inclusive varijantu se odlučuje 13.1% ispitanika, auto kamp bira 1.6% ispitanika dok 11.5% ispitanika navodi da se odlučuje za neki drugi vid smeštaja.

Zatim, ispitanici su na petostepenoj skali Likertovog tipa procenjivali u kojoj meri su im bitni pojedini elementi smeštajnog objekta za koji se odlučuju tokom odlaska na godišnji odmor<sup>102</sup>. U tabeli 1 su prikazani elementi i frekvencije odgovora ispitanika, gde je 1 značilo da im dati element uopšte nije bitan, a 5 da im je ovaj element izuzetno važan, dok su ostali brojevi između nijanse, a 3 znači da nisu sigurni.

---

<sup>102</sup> Parasuraman, A., Grewal, D., Krishnan, R., (2007); *Marketing Research*, Houghton Mifflin Company, Boston.

Tabela br. 4. Elementi smeštajnog objekta i frekvencije odgovora ispitanika

	1	2	3	4	5
Mini bar	62.3%	18%	3.3%	14.8%	<b>1.6%</b>
Sef (u sobi ili percepciji)	27.9%	16.4%	9.8%	29.5%	<b>16.4%</b>
Parking	11.5%	4.9%	4.9%	32.8%	<b>45.9%</b>
Bazen	26.2%	21.3%	13.1%	27.9%	<b>11.5%</b>
Akva park	50.8%	26.2%	8.2%	9.8%	<b>4.9%</b>
Sportski tereni	36.1%	19.7%	14.8%	26.2%	<b>3.3%</b>
Doktor	11.5%	3.3%	9.8%	44.3%	<b>31.1%</b>
Spa	42.6%	24.6%	9.8%	11.5%	<b>11.5%</b>
Igralište za decu	29.5%	4.9%	14.8%	31.1%	<b>19.7%</b>
Kuhinja/čajna kuhinja	11.5%	9.8%	9.8%	42.6%	<b>26.2%</b>
Flat screen TV	49.2%	18%	9.8%	16.4%	<b>6.6%</b>
Hidromasažna kada	57.4%	24.6%	3.3%	9.8%	<b>4.9%</b>
Klima uređaj	9.8%	/	8.2%	42.6%	<b>39.3%</b>
Pogled na turis. sadržaj (plaža, skijalište...)	18%	8.2%	13.1%	42.6%	<b>18%</b>
Terasa	3.3%	1.6%	4.9%	37.7%	<b>52.5%</b>
Veš mašina	49.2%	24.6%	11.5%	9.8%	<b>4.9%</b>
Zvučna izolacija	14.8%	16.4%	6.6%	37.7%	<b>24.6%</b>
Bežični internet	6.6%	9.8%	9.8%	27.9%	<b>45.9%</b>
Fitnes centar	49.2%	18%	13.1%	14.8%	<b>4.9%</b>
Soba za nepušače	42.6%	6.6%	11.5%	21.3%	<b>18%</b>
Porodične sobe	24.6%	8.2%	24.6%	23%	<b>19.7%</b>
Dozvoljeni kućni ljubimci	54.1%	4.9%	18%	14.8%	<b>8.2%</b>
Prilagođeno osobama sa invaliditetom	32.8%	3.3%	27.9%	16.4%	<b>19.7%</b>
Dečiji klub/diskoteka	42.6%	11.5%	18%	21.3%	<b>6.6%</b>
Usluge (frizer, masaža, i sl.)	39.3%	16.4%	16.4%	18%	<b>9.8%</b>
Udaljenost od turis. sadržaja (plaža, centar grada...)	<b>1.6%</b>	<b>3.3%</b>	<b>6.6%</b>	<b>37.7%</b>	<b>50.8%</b>

Izvor: istraživanje autora

Na sledećoj grupi zavisnih varijabli, od ispitanika je traženo da na petostepenoj skali Likertovog tipa procene u kojoj meri su posvećeni domaćim turističkim sadržajima manifestacijama, a frekvencije odgovora ispitanika, koliko se slažu sa tvrdnjama povezenim sa razvojem turizma u Srbiji prikazane su u tabeli 3.

Tabela br. 5. Odgovori ispitanika o posvećenosti domaćim atraktivnostima

	Nisam posvećen/a	Slabo sam posvećen/a	Nisam siguran/a	Posvećen/a sam	Potpuno sam posvećen/a
<b>Planine</b>	36.1%	21.3%	9.8%	21,3%	<b>11.5%</b>
<b>Jezer</b>	26.1%	24.6%	16.4%	14.8%	<b>8.2%</b>
<b>Banje</b>	45.9%	21.3%	13.1%	16.4%	<b>3.3%</b>
<b>Kongresni turizam</b>	63.9%	16.4%	6.6%	9.8%	<b>3.3%</b>
<b>Seoski turizam</b>	47.5%	14.8%	11.5%	19.7%	<b>6.6%</b>
<b>Festival trube Guča</b>	80.3%	9.8%	3.3%	4.9%	<b>1.6%</b>
<b>Exit festival</b>	63.9%	8.2%	4.9%	16.4%	<b>6.6%</b>
<b>Beer fest</b>	44.3%	9.8%	14.8%	26.2%	<b>4.9%</b>
<b>Etno-manifestacije: Slaninijada, Kobasicijada.</b>	55.7%	21.3%	8.2%	13.1%	<b>1.6%</b>
<b>Verski objekti Srbije</b>	36.1%	16.4%	6.6%	34.4%	<b>6.6%</b>
<b>Manifestacije motociklista</b>	<b>57.4%</b>	<b>11.5%</b>	<b>4.9%</b>	<b>13.1%</b>	<b>13.1%</b>

*Izvor: Istraživanje autora*

Na kraju, ispitivao se i stepen slaganja ispitanika sa tvrdnjama kojima se procenjivalo kakav stav ispitanici zauzimaju prema turizmu u Srbiji. Ponovo je u pitanju bila petostepena skala Likertovog tipa, gde je 1 značilo da se ispitanici uopšte ne slažu, a 5 da se u potpuno slažu sa navedenim tvrdnjama, 2 i 4 su nijanse slaganja i neslagnaja, dok je 3

značilo da ispitanici nisu sigurniji u kojoj meri se slažu sa svakom od tvrdnji<sup>103</sup>. Odgovori ispitanika su prikazani u tabeli 3.

---

<sup>103</sup> Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., (2003), *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the firm*, McGraw-Hill, 2003



Tabela br. 6. Odgovori ispitanika u vezi razvoja turizma u budućnosti

	1	2	3	4	5
<b>Srbija ima neiskorišćene turističke potencijale</b>	3.3%	/	3.3%	36.1%	<b>57.4%</b>
<b>Budućnost Srbije je u razvoju turizma</b>	3.3%	3.3%	21.3%	42.6%	<b>29.5%</b>
<b>Zbog nedostataka sopstvenih resursa prinuđeni smo na urbanizaciju turističkih resursa</b>	19.7%	21.3%	29.5%	21.3%	<b>8.2%</b>
<b>Koncesije su najbolji način ubrzanog razvoja turizma</b>	18.0%	16.4%	47.5%	13.1%	<b>4.9%</b>
<b>Razvoj turizma bi trebalo prepustiti strancima jer mi ne umemo da se bavimo turizmom</b>	42.6%	23%	16.4%	9.8%	<b>8.2%</b>
<b>Najvažniji turistički objekti bi trebalo da budu u državnom vlasništvu</b>	19.7%	19.7%	18%	29.5%	<b>13.1%</b>
<b>Ako bi došlo do privatizacije, onda bi trebalo birati kupce iz prijateljskih zemalja</b>	29.5%	16.4%	23%	23%	<b>8.2%</b>
<b>Turistički sistem bi trebalo da se uklopi u sistem standarda, regulativa, ali i vlasništva EU partnera</b>	26.2%	9.8%	19.7%	27.9%	<b>16.4%</b>
<b>Rusija je najbolji partner za razvoj turizma jer raspolaže i turistima i investitorima</b>	37.7%	9.8%	29.5%	9.8%	<b>13.1%</b>
<b>Svi turistički resursi treba da ostanu u vlasništvu države, pa makar se on ne razvijao</b>	45.9%	24.6%	19.7%	4.9%	<b>4.9%</b>
<b>Bez obzira na politiku, trebalo bi objediniti turističke ponude Srbije i Republike Srpske</b>	<b>26.2%</b>	<b>11.5%</b>	<b>34.4%</b>	<b>14.8%</b>	<b>13.1%</b>

*Izvor: iatraživanje autora*

### 3.1 Rezultati istraživanja

**T testom** se ispitivalo da li se ispitanici razlikuju u odgovorima na zavisnim varijablama u okviru kojih su se procenjivale navike ispitanika u vezi sa godišnjim odmorom i procene ispitanika o važnosti pojedinih elemenata smeštaja na godišnjem odmoru, a u zavisnosti od pola kojem pripadaju.

Utvrđeno je da se ispitanici razlikuju prema načinu na koji finansiraju svoj odmor,  $t(181) = -2.498$ ,  $p < .01$  i da muškarci češće finansiraju svoj odmor samostalno, dok žene to češće čine uz pomoć roditelja, dece, familije, prijatelja.

Potom, pokazuje se i da se ispitanici razlikuju prema odabiru zemlju u kojoj najradije provode godišnji odmor  $t(181) = -2.905$ ,  $p < .01$ , kao i da se ispitanici najčešće odlučuju za Crnu Goru, dok pak ispitanice više preferiraju Tursku ili Egipat.

Što se tiče broja dana koji ispitanici provode na godišnjem odmoru, i u ovom slučaju se opažaju razlike među ispitanicima  $t(181) = 3.540$ ,  $p < .01$ , pa tako muškarci u većoj meri navode da na odmoru provode 15 dana, dok se žene češće odlučuju za varijantu od 10 dana.

Istom analizom je pokazano da se ispitanici razlikuju u pogledu toga koliko ocenjuju parking kao značajan element smeštajnog objekta  $t(181) = 2.354$ ,  $p < .01$ , kao i da muškarci u najvećoj meri iskazuju da im je ovaj segment uglavnom ili potpuno bitan, dok žene u skoro jednakoj meri navode da im je i bitan i nebitan ovaj element.

Dalje, muškarci i žene u ovom istraživanju se razlikuju i u zavisnosti toga kako procenjuju značaj prisustva spa u okviru smeštaja na odmoru,  $t(181) = 3.144$ ,  $p < .01$ , odnosno žene navode delimično neslaganje i neutralan stav prema tome da li im je bitan ovaj element, dok muškarci navode da se potpuno ili delimično slažu sa tim da ovaj element nije bitan za smeštaj na tursitičkom odmoru.

Takođe, ispitanici se razlikuju i u pogledu procene koliko je bitna dozvola za kućne ljubimce u okviru smeštaja  $t(181) = .922$ ,  $p < .05$ , ali su ove razlike jako niske, te muškarci i žene uglavnom iskazuju da im ovo uglavnom nije bitan segment smeštajne ponude.

Na kraju se slični rezultati se dobijaju i za procenu toga koliko je ispitanicima bitno prisustvo dečije diskoteke u okviru smeštaja  $t(181) = .608$ ,  $p < .05$ , a rezultati pokazuju da ispitanici oba pola ovaj segment smeštaja uglavnom ocenjuju kao nebitan, dok se za procenu

ostalnih zavisnih varijabli nisu dobile statistički značajne razlike među ispitanicama.

Na osnovu dobijenih rezultata može se zaključiti da je pol ispitanika demografska karakteristika na osnovu koje se mogu razlikovati ispitanici u pogledu svojih navika i procena koje su u vezi sa godišnjem odmoru. Varijabla na osnovu koje se ispitanici najviše razlikuju, a u zavisnosti od pola kojem pripadaju, je broj dana koji oni provode na godišnjem odmoru, a u proceni važnosti pojedinih elemenata turističke ponude, ispitanici se najviše razlikuju i u pogledu toga koliko im je bitan spa u okviru smeštaja u kojem borave, te bi ove varijable svakako trebalo uključiti u naredna istraživanja. Na osnovu veličina ostalih t statistika može se zaključiti da se ispitanici slično razlikuju na svim zavisnim varijablama na kojima je ovom analizom dobijeno statistički značajno razlikovanje, te je potrebno uključiti i ove varijable u buduća istraživanja kako bi se bolje razumela povezanost pola i ovih zavisnih varijabli. Ipak, posebno se izdvajaju jako niske veličine t statistike u proceni ispitanika koliko su značajne dozvole za kućne ljubimce i dečije diskoteke u okviru smeštaja u kojem borave, te bi svakako ove dve varijable trebalo isključiti iz narednih istraživanja.

### **3.2 Analiza varijanse (ANOVA)**

Jednofaktorskom analizom varijanse (ANOVA) se ispitalo u kojoj meri se ispitanici razlikuju u stepenu posvećenosti turističkim sadržajima Srbije, a u zavisnosti od njihovog uzrasta.

Istraživanje pokazuje da se ispitanici razlikuju u stepenu posvećenosti planinama Srbije  $F(4, 182)=2.90$ ,  $p<.05$ , kao i da ispitanici uzrasta između 51-65 godina u najvećoj meri navode da su posvećeni planinama, dok ostale kategorije ispitanika uglavnom navode da su slabo posvećeni planinama ili da ne mogu da procene u kojoj meri su posvećeni njima kao turističkom sadržaju Srbije.

Dalje, ispitanici se razlikuju i u stepenu posvećenosti jezerima kao turističkom sadržaju Srbije  $F(4, 182)=5.64$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da ispitanici koji spadaju u starosnu kategoriju od 51 do 65 godina navode posvećenost, dok ostale kategorije ispitanika uglavnom navode potpunu ili delimičnu neposvećenost jezerima u Srbiji.

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu posvećenosti Festivalu trube u Guči  $F(4, 182)=7.35$ ,  $p<.01$ , tačnije

pokazuje se da ispitanici uzrasta od 51 do 65 godina zauzimaju neutralan stav prema ovoj manifestaciji, dok ostale kategorije stanovništva navode potpunu ili delimičnu neposvećenost ovoj manifestaciji.

Istom analizom je utvrđeno i da se ispitanici razlikuju u stepenu posvećenosti EXIT festivalu  $F(4, 182)=3.99, p<.01$ , odnosno da ispitanici uzrasta od 51 godinu i stariji, iskazuju potpunu neposvećenost ovoj manifestaciji, ispitanici uzrasta između 20 i 30 godina osim delimične neposvećenosti iskazuju i neutralan stav prema ovoj manifestaciji, dok ostale kategorije ispitanika u najvećoj meri navode da nisu posvećeni EXIT festivalu.

Što se tiče razlikovanja ispitanika u samoproceni posvećenosti Beer festu u Srbiji, a u zavisnosti od njihovog uzrasta, takođe se dobijaju statistički značajne razlike među njima,  $F(4, 182)=6.37, p<.01$ , a pokazuje se i da ispitanici stariji od 65 godina iskazuju potpunu neposvećenost, dok ostale kategorije ispitanika navode ili da nisu posvećeni ili da imaju neutralan stav prema ovoj manifestaciji.

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu toga koliko su posvećeni Etno turizmu u Srbiji  $F(4, 182)=4.54, p<.01$ , kao i da ispitanici starosti između 51 i 65 godina navode ili da nisu posvećeni ili da zauzimaju neutralan stav prema ovoj manifestaciji, dok ostale kategorije stanovništva navode potpunu ili delimičnu neposvećenost prema ovoj manifestaciji.

Na kraju, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu toga koliko su posvećeni motociklističkim manifestacijama  $F(4, 182)=5.94, p<.01$ , a ovom analizom se takođe pokazuje i da ispitanici uzrasta od 51 do 65 godine navode da su vrlo posvećeni, a ostale kategorije ispitanika navode ili da su delimično ili potpuno neposvećeni ovoj turističkoj manifestaciji.

Na osnovu dobijenih rezultata može se izvesti nekoliko zaključaka, ali osnovni zaključak jeste da se i ovom analizom potvrđuje naša početna hipoteza ovog istraživanja, odnosno dobijaju su statistički značajne razlike među ispitanicima u proceni posvećenosti pojedinim turističkim manifestacijama u Srbiji.

Dalje, pokazuje se da se ispitanici najviše razlikuju u stepenu posvećenosti Festivalu trube u Guči, a najmanje se razlikuju u stepenu posvećenosti planinskom turizmu, kao i da u prvom slučaju najstariji ispitanici navode potpuno neposvećenost, a u drugom slučaju potpunu posvećenost datim turističkim sadržajima Srbije. Osim toga, ukoliko

posmatramo i prema kom sadržaju ispitanici ispitanici iskazuju najmanju posvećenost, onda su to svakako Festival trube u Guči, EXIT festival i Beer fest, što nam govori o tome da smo ovim istraživanjem obuhvatili one ispitanike koji bez obzira na uzrast iskazuju neposvećenost prema muzičkim festivalima u Srbiji. Sa druge strane, najstarije kategorije stanovništva u najvećem broju slučajeva iskazuju posvećenost prema različitim turističkim sadržajima Srbije, te bi u narednim istraživanjima svakako trebalo detaljnije ispitati uzroke ovakvih procena ispitanika kao i utvrditi koji to faktori osim uzrasta utiču na ovakve stavove ispitanika.

### 3.3 Hi kvadrat analiza

HI kvadrat analizom se ispitalo da li se ispitanici razlikuju u stepenu slaganja sa tvrdnjama koje su u vezi sa turizmom u Srbiji, a u zavisnosti od njihovog stepena stručne spreme<sup>104</sup>. Ovom analizom su dobijene statistički značajne razlike među ispitanicima na svim tvrdnjama, a u tabeli 4 su prikazane veličine hi kvadrata za svaku pojedinačnu tvrdnju. Potom, na grafikonima su prikazane frekvence odgovora ispitanika za svaku od tvrdnji, a u zavisnosti od stepena stručne spreme ispitanika.

---

<sup>104</sup> Pejić, Ž., *Kvantitativne i Kvalitativne Metode*, available at <http://www.scribd.com/doc/75114473/Kvantitativne-i-Kvalitativne-Metode#scribd> (10.11.2015).

Tabela br. 7. Veličine „Hi“ kvadrata odgovora na tvrdnje o razvoju turizma Srbije

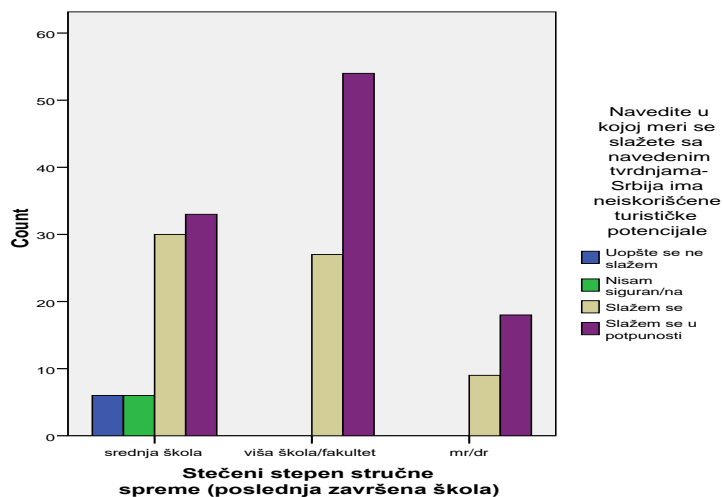
	Uzrast ispitanika	Statistička značajnost
„Srbija ima neiskorišćene turističke potencijale“	$\chi^2(6, 183) = 21.789$	$p < .01$
„Budućnost Srbije je u razvoju turizma“	$\chi^2(6, 183) = 22.006$	$p < .01$
„Zbog nedostatka sopstvenih sredstava prinuđeni smo na privatizaciju turističkih resursa“	$\chi^2(6, 183) = 21.109$	$p < .01$
„Koncesije su najbolji način ubrzanog razvoja turizma“	$\chi^2(6, 183) = 84.466$	$p < .01$
„Razvoj turizma bi trebalo prepustiti strancima jer mi ne umemo da se bavimo turizmom“	$\chi^2(6, 183) = 31.769$	$p < .01$
„Najvažniji turistički objekti bi morali da budu u državnom vlasništvu“	$\chi^2(6, 183) = 30.047$	$p < .01$
„Ako smo već prinuđeni na privatizaciju onda bi trebalo birati kupce iz prijateljskih zemalja“	$\chi^2(6, 183) = 56.975$	$p < .01$
„Turistički sistem treba da se uklopi u sistem standarda, regulativa ali i vlasništva EU partnera“	$\chi^2(6, 183) = 24.210$	$p < .01$
„Rusija je najbolji partner za razvoj turizma jer raspolaže i turistima i investitorima“	$\chi^2(6, 183) = 26.515$	$p < .01$
„Svi turistički resursi treba da ostanu u vlasništvu države makar se turizam ne razvijao“	$\chi^2(6, 183) = 64.231$	$p < .01$
„Bez obzira na politiku trebalo bi objediniti ponudu Srbije i Republike Srpske u jedinstvenu turističku ponudu“	$\chi^2(6, 183) = 36.300$	$p < .01$

Izvor: istraživanje autora

Dalje, za prvu tvrdnju „Srbija ima neiskorišćene turističke potencijale“  $\chi^2(6,183) = 21.789$ ,  $p < .01$  pokazuje se da ispitanici sa srednjom školom u

skoro podjednakoj meri iskazuju delimično i potpuno slaganje sa njom, dok ostale kategorije ispitanika u većoj meri navode potpuno, a u manjoj meri delimično, slaganje sa ovom tvrdnjom.

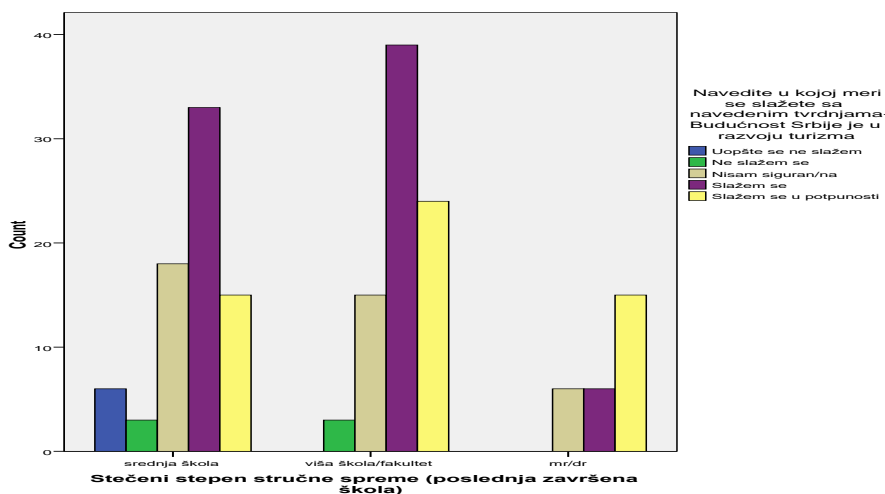
Grafikon br. 1.



Izvor: istraživanje autora

Potom, za tvrdnju „Budućnost Srbije je u razvoju turizma” se pokazuje da ispitanici sa srednjom školom i sa visokom školom ili fakultetom u najvećoj meri navode slaganje sa ovom tvrdnjom dok nešto ređe navode potpuno slaganje, a ispitanici sa masterom ili doktoratom u najvećoj meri navode potpuno, a u nešto manjoj meri delimično slaganje sa ovom tvrdnjom.

Grafikon br. 2.

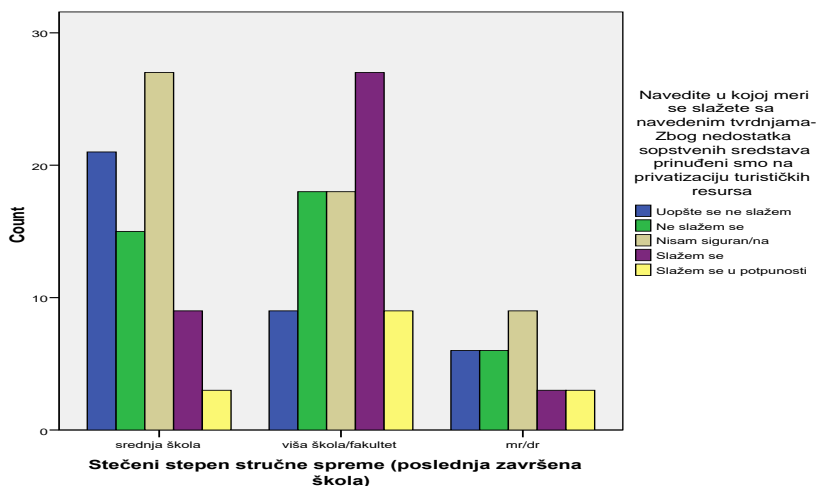


*Izvor: istraživanje autora*

Zatim, što se tiče slaganja ispitanika sa tvrdnjom „Zbog nedostatka sopstvenih sredstava prinuđeni smo na privatizaciju turističkih resursa” rezultati analize pokazuju da ispitanici sa srednjom školom u najvećoj meri iskazuju neslaganje sa ovom tvrdnjom, dok nešto ređe iskazuju da nisu sigurni u stepenu slaganja sa ovom tvrdnjom; ispitanici sa višom školom ili fakultetom u najvećoj meri navode da se slažu sa ovom tvrdnjom, a u podjednako meri iskazuju i neslaganje sa njom kao i neutralni stav, dok ispitanici sa završenim masterom ili doktoratom u najvećoj meri iskazuju neslaganje sa ovom tvrdnjom, a u nešto manjoj meri iskazuju neutralan stav prema njoj.

Grafikon br. 3.

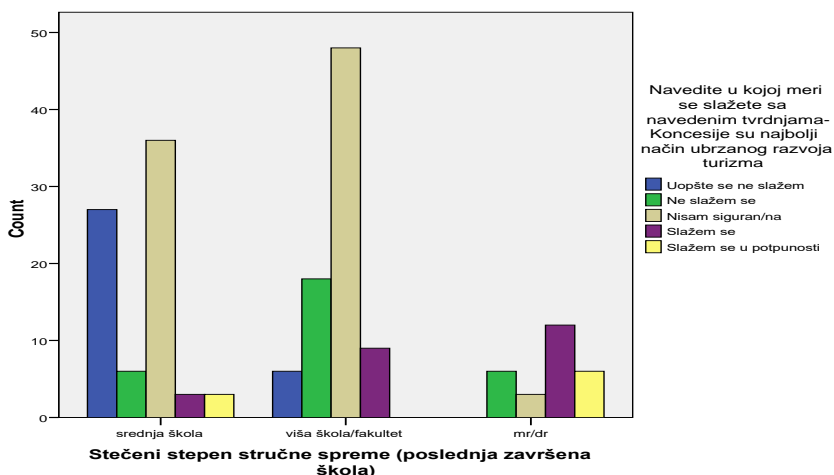




Izvor: istraživanje autora

Što se tiče tvrdnje „Koncesije su najbolji način ubrzanog razvoja turizma” za nju se pokazuje da ispitanici sa srednjom školom i ispitanici sa visokom školom ili fakultetom u najvećoj meri iskazuju da nisu sigurni koliko se slažu sa ovom tvrdnjom, dok u manjoj meri navode neslaganje, a da ispitanici sa završenim masterom ili doktoratom u najvećoj meri navode slaganje sa ovom tvrdnjom.

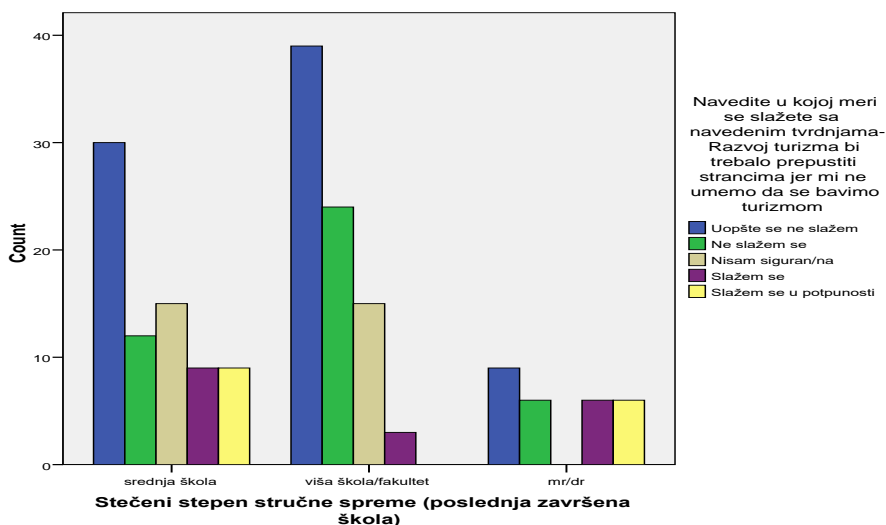
Grafikon br. 4



Izvor: istraživanje autora

Na tvrdnji „Razvoj turizma bi trebalo prepustiti strancima jer mi ne umemo da se bavimo turizmom” ispitanici sa srednjom školom, visokom školom i fakultetom u najvećoj meri se ne slažu sa ovom tvrdnjom ili iskazuju da nisu sigurni u stepenu slaganja sa njom, dok ispitanici sa masterom ili doktoratom u najvećem broju slučajeva iskazuju potpuno neslaganje, a nešto ređe i to u jednakoj meri, iskazuju slaganje i neslaganje sa njom.

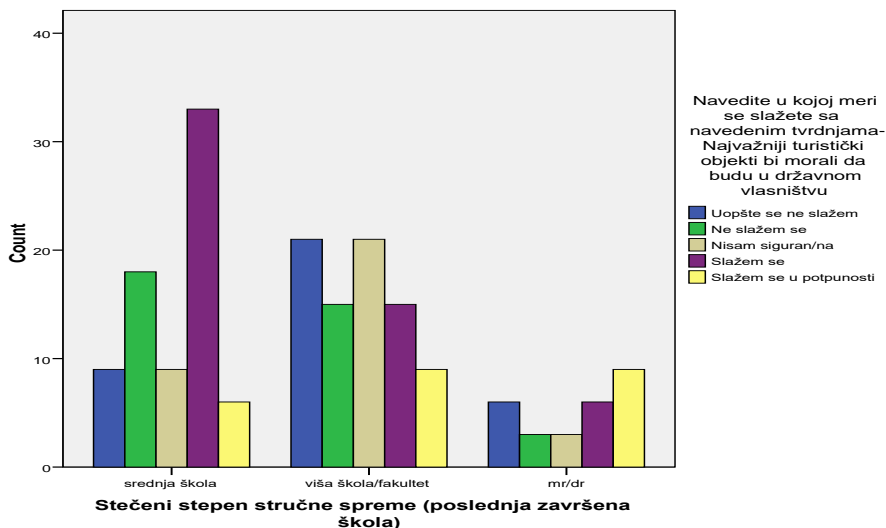
Grafikon br. 5



*Izvor: istraživanje autora*

Što se tiče tvrdnje „Najvažniji turistički objekti bi morali da budu u državnom vlasništvu” se takođe dobijaju statistički značajne razlike među ispitanicima i sa njom se ispitanici sa srednjom školom u većoj meri slažu a u nešto manjoj meri ne slažu; ispitanici sa visokom školom ili fakultetom uglavnom navode neslaganje, dok u nešto ređem broju slučajeva navode da nisu sigurni u stepenu slaganja sa njom; ispitanici sa završenim masterom ili doktoratom u najvećoj meri navode da se slažu sa ovom tvrdnjom, dok u manjoj meri takođe iskazuju i neslaganje sa njom.

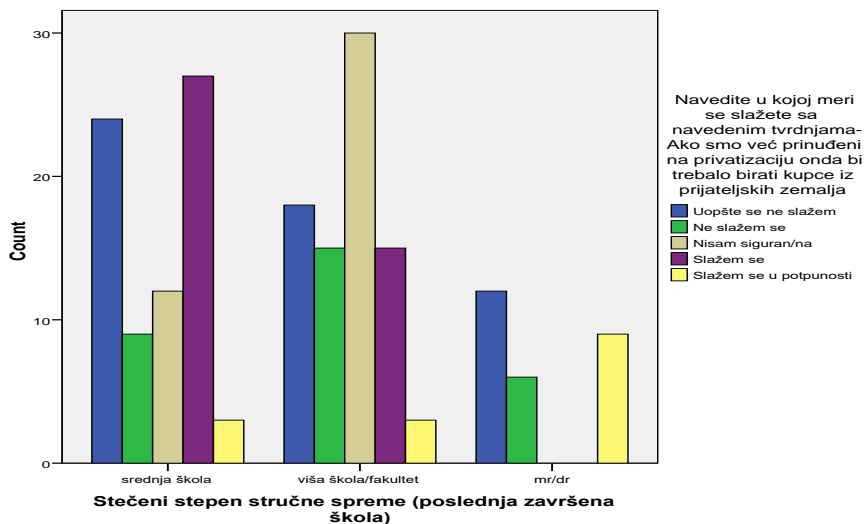
Grafikon br. 6.



*Izvor: Istraživanje autora*

Potom, sa tvrdnjom „Ako smo već prinuđeni na privatizaciju onda bi trebalo birati kupce iz prijateljskih zemalja” ispitanici sa srednjom školom u skoro podjednako meri iskazuju slaganje i neslaganje sa njom; ispitanici sa visokom školom ili fakultetom u najvećoj meri iskazuju neslaganje sa njom, a u nešto manjoj meri navode da nisu sigurni u kojoj meri se slažu sa njom; ispitanici sa masterom ili doktoratom u najvećoj meri iskazuju slaganje, ali i u nešto manjoj meri neslaganje sa ovom tvrdnjom.

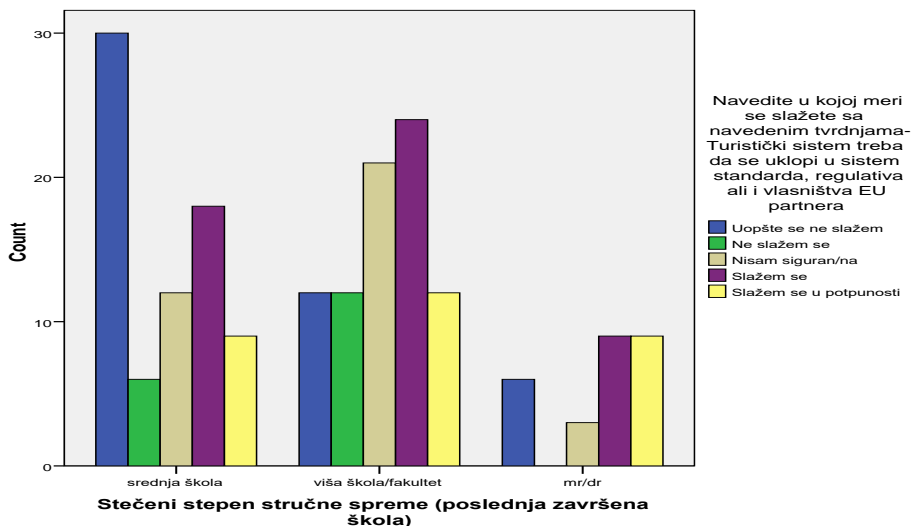
Grafikon br. 7



*Izvor: istraživanje autora*

Dalje, za tvrdnju „Turistički sistem treba da se uklopi u sistem standarda, regulativa ali i vlasništva EU partnera” se pokazuje da se ispitanici sa srednjom školom u najvećoj meri ne slažu, dok se u ređem broju slučajeva slažu sa njom; ispitanici sa visokom školom ili fakultetom u najvećoj meri navode slaganje, a ređe neslaganje sa njom, dok se ispitanici sa završenim masterom ili doktoratom u najvećoj meri slažu, a znatno ređe iskazuju neslaganje sa ovom tvrdnjom.

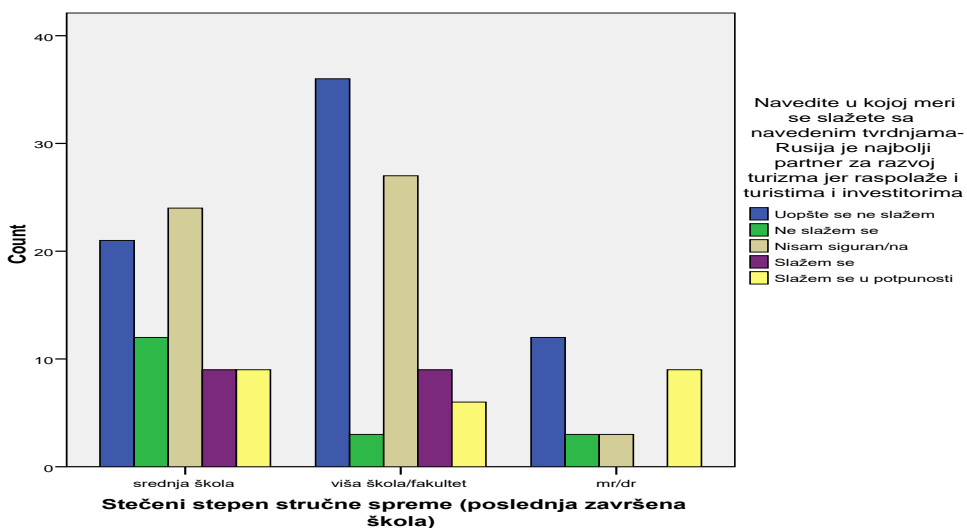
Grafikon br. 8



*Izvor: Istraživanje autora*

Što se tiče razlikovanja ispitanika u slaganju sa tvrdnjom „Rusija je najbolji partner za razvoj turizma jer raspolaže i turistima i investitorima”, a u zavisnosti od stepena stručne spreme koji su stekli, rezultati ukazuju na to da ispitanici sa srednjom školom, visokom školom i fakultetom u najvećoj meri navode neslaganje sa ovom tvrdnjom, dok u nešto ređoj meri navode da nisu sigurni u stepen slaganja sa njom, dok ispitanici sa masterom ili doktoratom u skoro podjednako meri navode neslaganje i slaganje sa ovom tvrdnjom.

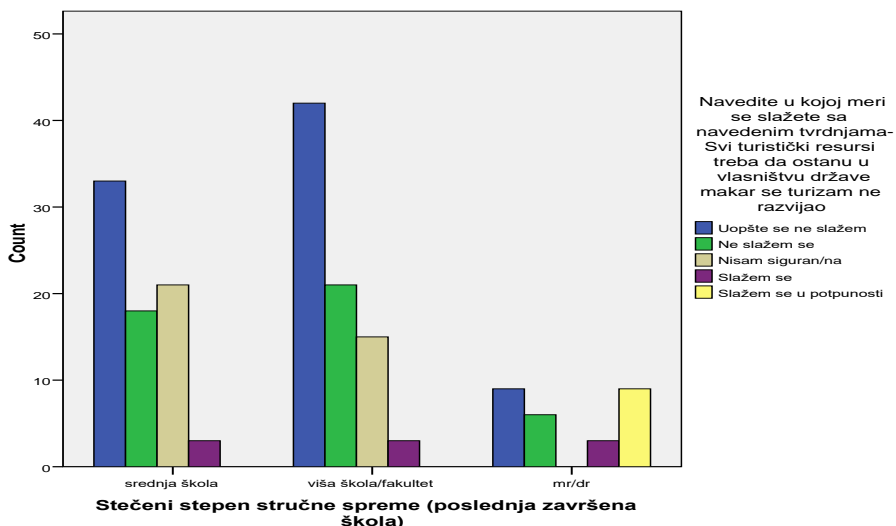
Grafikon br. 9



*Izvor: Istraživanje autora*

Zatim, za tvrdnju „Svi turistički resursi treba da ostanu u vlasništvu države makar se turizam ne razvijao” se takođe dobijaju statistički značajne razlike među ispitanicima  $\chi^2(6, 183) = 64.231$   $p < .01$ , a pokazuje se i da ispitanici sa srednjom školom, visokom školom i fakultetom u najvećoj meri navode da se ne slažu sa ovom tvrdnjom, a u manjoj meri navode da nisu sigurni u stepen slaganja sa njom, dok ispitanici sa masterom ili doktoratom u najvećoj meri navode da se ne slažu sa ovom tvrdnjom, a u nešto manjoj meri navode slaganje sa njom.

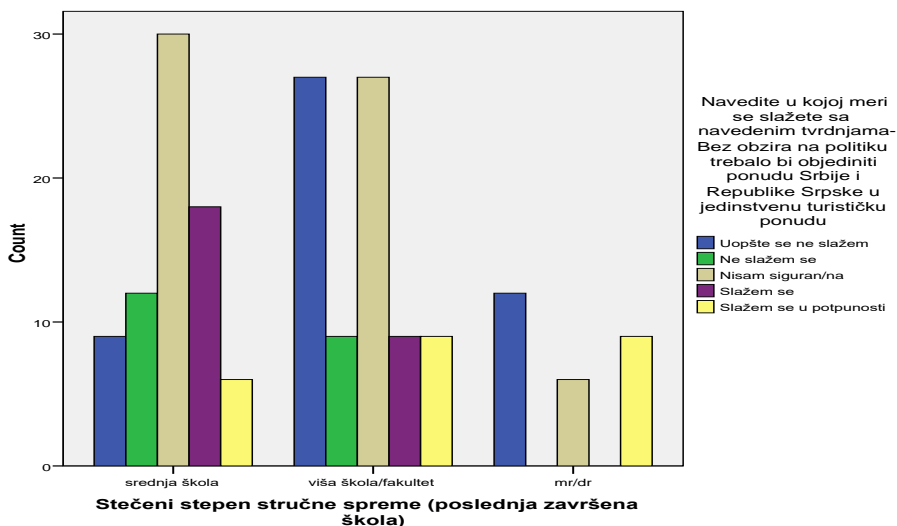
Grafikon br. 10



*Izvor: Istraživanje autora*

Na kraju, što se tiče stepena slaganja ispitanika sa tvrdnjom „Bez obzira na politiku trebalo bi objediniti ponudu Srbije i Republike Srpske u jedinstvenu turističku ponudu” takođe se dobijaju statistički značajne razlike među ispitanicima  $\chi^2(6,183) = 36.300$   $p < .01$ . Ispitanici sa srednjom školom navode da u najvećem broju slučajeva nisu sigurni u kojoj meri se slažu sa ovom tvrdnjom, a u nešto manjem broju slučajeva navode slaganje sa njom, potom ispitanici sa visokom školom ili fakultetom u najvećoj meri iskazuju neslaganje, dok u nešto ređoj meri iskazuju da nisu sigurni u kojoj meri se slažu sa ovom tvrdnjom, dok sa druge strane ispitanici sa masterom ili doktoratom u skoro podjednako meri navode neslaganje i slaganje sa ovom tvrdnjom.

Grafikon br. 11



*Izvor: Istraživanje autora*

Na osnovu dobijenih rezultata možemo zaključiti da sve kategorije ispitanika vide da turizam u Srbiji nije razvijen u dovoljnoj meri, ali da sa druge strane u njemu vide potencijal za razvijanje i da ne smatraju da on treba da ostane u državnom vlasništvu po svaku cenu. Tvrdnje za koje se pokazuju najveće razlike među ispitanicima, a u zavisnosti od stepena stručne spreme koji su stekli su: „Koncesije su najbolji način ubrzanog razvoja turizma” i „Svi turistički resursi treba da ostanu u vlasništvu države makar se turizam ne razvijao”, kao i da najveći stepen slaganja sa ovom tvrdnjom pokazuju ispitanici sa završenim masterom ili doktoratom.

Što se tiče ispitanika sa srednjom školom, oni ne smatraju da je potrebno da se turistički standardi prilagode Evropske Unije, ali ni u Rusiji ne vide partnera za razvijanje domaćeg turizma, dok najpozitivniji stav iskazuju prema tome da treba poslovati sa prijateljskim zemljama u razvoju turizma. Ispitanici sa višom školom ili fakultetom sa druge strane ne vide u Rusiji partnera za razvoj turizma i u najvećem broju slučajeva smatraju da je prikladno da se domaći turizam prilagodi EU standardima, a na kraju ispitanici sa masterom ili doktoratom u najvećoj meri daju slične odgovore kao i ispitanici sa visokom školom ili fakultetom, ali i da, kao što je već pomenuto, jedini navode slaganje sa tvrdnjama sa kojima ostali



ispitanici ne iskazuju. Tako, možemo zaključiti da se stepen stručne spreme ispitanika pokazao kao varijabla na osnovu koje se mogu značajno razlikovati ispitanici u pogledu njihovih stavova prema turizmu u Srbiji, čime je potvrđena početna hipoteza istraživanja, kao i da ispitanici sa završenim masterom ili doktoratom u svojim odgovorima u najvećoj meri odstupaju od ostalih kategorija ispitanika. U buduća istraživanja bi svakako trebalo uključiti one tvrdnje na kojima su dobijene najveće veličine Hi kvadrata, uz uključivanje novih kako bi se dublje i realističnije razumeo odnos stepena stručne spreme i ovih varijabli.

### **3.4 Korelaciona analiza**

Korelacionom analizom se ispitivala kakva je povezanost između nezavisnih varijabli i pojedinih zavisnih varijabli, odnosno varijabli kojima se ispitivalo koliko su ispitanicima važni pojedini elementi i navika u vezi sa putovanjima. U tabeli su prikazane dobijene korelacije.

Tabela br. 8. Elementi i navike putovanja kao zavisne i nezavisne varijable

	Pol	Uzrast	Stepen stručne spreme
Količina para za godišnji odmor	/	.168*	/
Način finansiranja godišnjeg odmora	/	/	/
Mesto na kojem se najradije provodi godišnji odmor	/	/	/
Zemlja u kojoj se najradije provodi godišnji odmor	.211*	/	.160*
Dužina boravka na godišnjem odmoru	-.254**	/	/
Vrsta prevoza do smeštaja	/	-.146*	/
Vrsta smeštaja	/	-.160*	-.307**
Važnost mini bara	/	/	/
Važnost sefa	/	/	/
Važnost parkinga	-.172*	/	/
Važnost bazena	/	/	/
Važnost akva parka	/	.148*	/
Važnost sportskih terena	/	/	/
Važnost doktora	/	/	/
Važnost spa	/	-.182*	-.152*
Važnost igrališta za decu	/	-.209**	-.245**
Važnost kuhinje/čajne kuhinje	-.228**	-.173*	.292**
Važnost flat screen TVa	/	/	.228**
Važnost hidromasažne kade	/	/	/
Važnost klima uređaja	/	/	.226**
Važnost pogleda na mesto odmora (plažu, ..)	/	/	/
Važnost terase	/	-.185*	/
Važnost veš mašine	/	-.153*	.205**
Važnost zvučne izolacije	/	/	.177*
Važnost bežičnog interneta	.325**	-.231**	.217**
Važnost fitness centra	/	/	/
Važnost sobe za nepušače	/	/	/
Važnost dozvole za kućne ljubimce	/	/	/
Važnost prilagodivosti za osobe sa invaliditetom	.167**	/	-.204**
Važnost dečijeg kluba/diskoteke	-.149*	/	/
Važnost drugih usluga (frizera, perionice..)	/	/	/

Izvor: Istraživanje autora

Kao što se može videti iz tabele, postoji povezanost između pojedinih zavisnih i nezavisnih varijabli. Naime, korelacije se kreću od niskih do srednjih, a kao najveće korelacije se izdvajaju one između procene važnosti bežičnog interneta i pola ispitanika, a pozitivnost korelacije nam govori da veći stepen važnosti ovom elementu daju žene; kao druga najviša korelacija se izdvaja stečeni stepen stručne sprema i vrsta smeštaja za koji se ispitanici najradije odlučuju tokom svog odmora, a negativnost korelacije nam govori da što su ispitanici obrazovaniji da se češće odlučuju za hotelski ili apartmanski smeštaj. Kada se razmatra svaka nezavisna varijabla pojedinačno i njihove povezanosti sa ovim zavisnim varijablama rezultati pokazuju da je stručna sprema ispitanika u najvećem broju slučajeva povezana sa zavisnim varijablama (11 statistički značajnih povezanosti), potom sledi uzrast ispitanika (10 statistički značajnih povezanosti) i na kraju pol ispitanika sa 7 statistički značajnih povezanosti sa zavisnim varijablama, čime je potvrđena početna hipoteza našeg istraživanja. Dalje, posebno se izdvajaju i procene važnosti postojanja kuhinje/čajne kuhinje i bežičnog interneta kao zavisne varijable koje ostvaruju statistički značajne povezanosti sa sve tri nezavisne varijable, što nam govori o tome da su ovi elementi smeštaja ključni za način provođenja godišnjih odmora kod naših ispitanika. Svakako, u naredna istraživanja treba uključiti i druge nezavisne varijable, zajedno sa ovim zavisnim varijablama, kako bi se detaljnije razumeo ovaj segment ljudskog ponašanja. Sa druge strane, postoje zavisne varijable kod kojih nisu zabeležene statistički značajne povezanosti sa nijednom od nezavisnih varijabli, te bi buduća istraživanja trebalo usmeriti i ka ispitivanju toga sa kojim demografskim varijablama su zapravo ove zavisne varijable povezane.

### 3.5 Linearna regresija

Multiplom regresijom se ispitivalo na koji način su povezani pol, uzrast i stepen stručne sprema ispitanika kao linearne kombinacije prediktora sa dve grupe zavisnih varijabli<sup>105</sup>. U prvom delu smo se istraživali da li se mogu predvideti navike ispitanika u pogledu novca, mesta i ostalih uslova pod kojima ostvaruju odmor, a u zavisnosti od navedene linearne kombinacije prediktora. U drugom delu analize ispitivali smo da li se na

---

<sup>105</sup> Li-Chang HSU, Chao-Hung WANG (2008); *Primijenjeni model multivarijatnog prognoziranja u turizmu*, Časopis Turizam, br. 56/2008

osnovu ovih prediktora može predvideti stepen važnosti pojedinih elemenata turističkog smeštaja.

Što se tiče predviđanja toga koliko su ispitanici spremni da izdvoje novca/mesečnih plata za svoj godišnji odmor, ova kombinacija prediktora nije dala statistički značajne rezultate.

Potom, za predviđanje načina na koji ispitanici finansiraju svoj godišnji odmor, ova kombinacija prediktora se pokazala kao statistički značajna  $R^2 = .04$ ,  $F(3,182) = 3.084$ ,  $p < .05$ , a kao pojedinačni prediktor se izdvaja pol ispitanika  $\beta = .15$ ,  $t = 2.122$ ,  $p < .05$ , što znači da žene ređe samostalno finansiraju svoj godišnji odmor u odnosu na muškarce.

Predviđanje mesta koji ispitanici najčešće biraju za godišnji odmor se takođe statistički značajno može predvideti ovim nezavisnim varijablama  $R^2 = .04$ ,  $F(3,182) = 3.084$ ,  $p < .05$ , a kao pojedinačan značajni prediktor se izdvaja uzrast ispitanika  $\beta = .30$ ,  $t = 4.223$ ,  $p < .01$ , što znači da stariji ispitanici uglavnom svoj godišnji odmor ne provode na moru već na drugim mestima.

Zatim, za predviđanje destinacije koju ispitanici preferiraju se takođe ova kombinacija prediktora pokazala kao statistički značajna  $R^2 = .08$ ,  $F(3,182) = 5.487$ ,  $p < .01$ . Kao značajni prediktori se izdvajaju pol ispitanika  $\beta = .24$ ,  $t = 3.279$ ,  $p < .01$  i stečeni stepen stručne sprema  $\beta = .16$ ,  $t = 2.315$ ,  $p < .05$  što znači da se žene sa višim stepenom stručne sprema rađe opredeljuju za destinaciju koja nije Grčka.

Dalje, ovim prediktorima se statistički značajno predviđa i dužina boravka na odmoru  $R^2 = .12$ ,  $F(3,182) = 8.472$ ,  $p < .01$ , dok se kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju pol ispitanika  $\beta = -.20$ ,  $t = -2.863$ ,  $p < .01$  i uzrast ispitanika  $\beta = .24$ ,  $t = 3.465$ ,  $p < .01$ , što znači da se za duži boravak na odmoru češće opredeljuju stariji muškarci.

Što se tiče predviđanja toga na koji način ispitanici dolaze do svog odmora, ova analizom se nije dobilo statistički značajno predviđanje.

Potom, za predviđanje tipa smeštaja koji ispitanici najčešće koriste tokom svog odmora, ova kombinacija prediktora se pokazala kao značajna,  $R^2 = .12$ ,  $F(3,182) = 8.312$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori se izdvajaju uzrast ispitanika  $\beta = -.16$ ,  $t = -2.304$ ,  $p < .05$  i njihov stečeni stepen stručne sprema  $\beta = -.30$ ,  $t = -4.334$ ,  $p < .01$ , što znači da se za hotelski ili apartmanski smeštaj uglavnom odlučuju stariji ispitanici sa nižim stepenom stručne sprema u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

U drugom delu regresione analize ispitivali smo koliko su pojedini elementi u smeštaju na godišnjem odmoru bitni ispitanicima, a u zavisnosti od navedene kombinacije prediktora.

Tako, pokazuje se da se stepen važnosti postojanja spa centra može statistički značajno predvideti ovom kombinacijom prediktora  $R^2 = .08$   $F(3,182) = 5.186$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktor se izdvaja jedino pol ispitanika  $\beta = .16$ ,  $t = 2.237$ ,  $p < .05$ , što znači da je ženama ovaj element bitniji nego što je to slučaj sa muškarcima.

Dalje, stepen važnosti prisustva igrališta za decu je sledeći element turističkog smeštaja za koji je pokazano da se može predvideti ovom kombinacijom prediktora  $R^2 = .10$   $F(3,182) = 6.679$ ,  $p < .01$ . Kao pojedinačni značajni prediktori se izdvajaju uzrast ispitanika  $\beta = -.20$ ,  $t = -2.810$   $p < .01$  i stepen stručne spremlje  $\beta = -.23$ ,  $t = -3.361$   $p < .01$ , što znači da je ovaj element bitniji starijim ispitanicima sa višim stepenom stručne spremlje u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Statističko značajno predviđanje je dobijeno i za procenu važnosti postojanja kuhinje/čajne kuhinje u smeštaju  $R^2 = .18$   $F(3,182) = 13.661$ ,  $p < .01$ , dok su pojedinačni značajni prediktori sve tri varijable; pol  $\beta = -.26$ ,  $t = -3.849$   $p < .01$ ; uzrast  $\beta = -.23$ ,  $t = -3.454$   $p < .01$  i stručna spremlje ispitanika  $\beta = .29$ ,  $t = 4.302$   $p < .01$ . Na osnovu dobijenih veličina beta pondera može se zaključiti da je ovaj element bitniji ispitanicima ženskog pola, starijeg uzrasta i sa višim stepenom stručne spremlje nego što je to slučaj sa ostalim kategorijama ispitanika.

Potom pokazuje se da se statistički značajno može predvideti stepen u kojem ispitanici ocenjuju bežični internet kao bitan element turističkog smeštaja  $R^2 = .18$   $F(3,182) = 13.884$ ,  $p < .01$ , a sva tri prediktora se izdvajaju kao značajna: pol  $\beta = .29$ ,  $t = 4.312$   $p < .01$ ; uzrast  $\beta = -.17$ ,  $t = -2.58$   $p < .01$  i stepen stručne spremlje ispitanika  $\beta = .23$ ,  $t = 3.485$   $p < .01$ . Na osnovu dobijenih veličina beta pondera možemo da zaključimo da ispitanici muškog pola što su mlađi i što imaju viši stepen stručne spremlje da je veća verovatnoća da ocenjuju bežični internet kao značajan element turističkog smeštaja nego što je to slučaj sa ostalim kategorijama ispitanika.

Flat screen TV je sledeći element za koji je pokazano da se može statistički značajno predvideti ovim prediktorima  $R^2 = .06$   $F(3,182) = 3.845$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktor se izdvaja stečeni stepen stručne spremlje  $\beta = .23$ ,  $t = 3.187$   $p < .01$ , što znači da što ispitanici imaju viši stepen stručne spremlje ocenjuju ovaj element turističkog smeštaja kao važniji.

Dalje, za predviđanje važnosti prisustva klima uređaja u smeštajima se ova kombinacija prediktora takođe pokazala kao statistički značajna  $R^2 = .05$   $F(3,182) = 3.576$ ,  $p < .05$ , pojedinačni značajni prediktor je stručna

sprema ispitanika  $\beta = .23$ ,  $t = 3.163$   $p < .01$  što nam govori da što su ispitanici obrazovaniji da im je ovaj element bitniji u turističkom smeštaju. Zatim, važnost postojanja veš mašine u turističkom smeštaju se takođe može predvideti ovom linearnom kombinacijom prediktora  $R^2 = .07$   $F(3,182) = 4.740$ ,  $p < .05$ , a kao pojedinačni prediktori se izdvajaju uzrast ispitanika  $\beta = -.17$ ,  $t = -2.402$   $p < .05$  i stepen njihove stručne sprema  $\beta = .20$ ,  $t = 2.888$   $p < .01$ , što znači da je što su ispitanici stariji i obrazovaniji ocenjuju ovaj element kao važniji.

Zvučna izolacija se takođe pokazuje kao element čija se važnost u smeštaju može predvideti ovom kombinacijom prediktora  $R^2 = .04$   $F(3,182) = 2.884$ ,  $p < .05$ , dok se kao pojedinačni značajni prediktor izdvaja jedino stručna sprema ispitanika  $\beta = .17$ ,  $t = 2.359$   $p < .05$ , što znači da što su ispitanici obrazovaniji da ocenjuju ovaj element kao važniji.

Dozvola za kućne ljubimce je sledeći element čija se važnost u turističkom smeštaju može predvideti ovim prediktorima  $R^2 = .05$   $F(3,182) = 3.479$ ,  $p < .05$ , a kao pojedinačan značajni prediktor se ponovo izdvaja stručna sprema ispitanika  $\beta = -.23$ ,  $t = -3.205$   $p < .05$  što znači da ovaj element kao značajniji ocenjuju ispitanici sa nižim obrazovanjem u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Koliko je ispitanicima bitno da je smeštaj priagođen osobama sa invaliditetom se takođe može predvideti ovim prediktorima  $R^2 = .07$   $F(3,182) = 4.826$ ,  $p < .01$ . Kao pojedinačni značajni prediktori se izdvajaju pol ispitanika  $\beta = .17$ ,  $t = 2.421$   $p < .05$  i stepen stručne sprema  $\beta = -.20$ ,  $t = -2.779$   $p < .01$ , što znači da manje obrazovni muškarci ocenjuju ovaj element kao važniji u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Na osnovu dobijenih rezultata se zaključuje da se ova linearna kombinacija prediktora pokazuje kao značajna za predviđanje pojedinih varijabli iz obe grupe zavisnih varijabli čime se potvrđuje početna hipoteza našeg istraživanja. Za one varijable za koje se ova kombinacija prediktora nije pokazala kao značajna svakako treba uključiti u ovu analizu sa drugim prediktorima kako bi se uspešno predvideo i ovaj segment navika i procena ispitanika koje su u vezi sa provođenjem godišnjih odmora.

Za prvu grupu zavisnih varijabli, linearna kombinacija prediktora je bila najuspešnija u predviđanju dužine i mesta boravka ispitanika na godišnjem odmoru, a kao najčešći pojedinačni prediktori se u jednakoj meri izdvajaju pol i uzrast ispitanika, dok se najređe izdvaja njihov stečeni stepen stručne sprema. Što se tiče druge grupe zavisnih varijabli,

najveći stepen predviđanja ovom kombinacijom prediktora se dobija za procenu važnosti prisustva kuhinje/čajne kuhinje i i bežičnog interneta, a posebno je interesantno da je velična koeficijenta determinacije jednaka za oba elementa. U najvećem broju slučajeva se stepen stručne spreme izdvaja kao pojedinačni značajni prediktor, potom sledi uzrast ispitanika, a na kraju pol, što nam govori da obrazovanje u velikoj meri utiče na to u kojoj meri ispitanici posvećuju pažnju elementima u okviru smeštaja na godišnjem odmoru.

### **3.6 Preporuke razvoja sa aspekta sociodemografskih karakteristika stanovništva**

U ovom istraživanju bavili smo se ispitivanjem odnosa pola, starosti i stručne spreme ispitanika i njihovih navika i stavova u vezi sa godišnjim odmorom i turizmom generalno. Sprovedenjem različitih statističkih analiza smo potvrdili našu početnu hipotezu istraživanja, a to je da se ove dve grupe varijabli nalaze u odnosu koji je statistički značajan.

Tako, T testom i Anovom je pokazano da se ispitanici mogu značajno razlikovati u pogledu njihovih navika u vezi sa godišnjim odmorima, stepenu važnosti koji pridaju pojedinim elementima u smeštaju i stepenu posvećenosti pojedinim turističkim manifestacijama u Srbiji, a na osnovu njihovog pola i uzrasta. Posebno zanimljivi rezultati koji se izdvajaju u ovim analizama jeste da se mušakrci i žene dosta razlikuju u pogledu toga koje elemente označavaju kao značajne, pa je tako muškarcima bitan parking, dok žene veću pažnju posvećuju spa centru, što nam govori o tome da pol na izvestan način determiniše šta će ljudi oceniti kao prioritete stvari tokom svog godišnjeg odmora

Kada je reč o odnosu uzrasta ispitanika i njihove posvećenosti turističkim manifestacijama i sadržajima u Srbiji ANOVA analizom je pokazano da najstarije kategorije stanovništva iskazuju najveću posvećenost pojedinim turističkim sadržajima u odnosu na ostale kategorije ispitanika, ali i da ono što je zajedničko svim starosnim kategorijama, jeste da nisu naklonjeniji muzičkim festivalima u Srbiji. Rezultati ove analize su posebno značajni jer pružaju informacije onima koji se bave osmišljavanjem ponude za svaku od navedenih manifestacija o tome koje starosne kategorije su im naklonjenije, a koje nisu te naj taj način mogu modifikovati svoj program ukoliko baš žele neku starosnu kategoriju da privuku.

Što se tiče Hi kvadrat analize, njome je pokazano da se ispitanici razlikuju u stavovima prema turizmu u Srbiji, a u zavisnosti od stepena

stručne spreme. Rezultati ove analize su pokazali da ispitanici sa završenim masterom i doktoratom iskazuju najkritičniji stav prema turizmu u Srbiji u odnosu na ostale kategorije ispitanika, kao i da se stepeni slaganja ispitanika sa srednjom školom i višom školom ili fakultetom razlikuju za značajan broj tvrdnji. Ovo nam govori da obrazovanje, a verovatno samim tim i stepen informisanosti, u značajnoj meri utiče na stavove ispitanika prema turizmu u Srbiji, te da bi ukoliko postoje strateške odluke na menjanje stavova ljudi prema turizmu da bi svakako prvo pažnju trebalo posvetiti njihovim detaljnim informisanjem. Korelacionom i regresionom analizom se ispitivalo koliko su nezavisne varijable i da li se na osnovu njih mogu predvideti navike ispitanika i njihove procene važnosti elemenata u vezi smeštaja na godišnjem odmoru. Ovim analizama je detaljno pokazano koji su to segmenti obe grupe zavisnih varijabli značajno povezani sa nezavisnim varijablama, koje povezanosti, odnosno predviđanja su najveća, kao i kog smera su te povezanosti, odnosno predviđanja. Posebno se ističe u kojoj meri su ove pol, uzrast i stepen stručne spreme povezani sa procenom važnosti postojanja kuhinje i bežičnog interneta u smeštaju, što nam može dati slobodu da zaključimo da su ovi elementi neophodni na godišnjem odmoru.

Tako, smatramo da vrednost ovog istraživanja leži u tome što nam govori koliko je ponašanje i percepcija ispitanika prema godišnjem odmoru, ali i turizma generalno, pod uticajem ovih osnovnih karakteristika, kao što su pol, uzrast i stepen stručne spreme ispitanika. Iako su date analize pokazale koje su to zavisne varijable pod najvećim uticajem ovih nezavisnih varijabli, postoji i određen opseg varijabli koje nisu pokrivena ovim analizama, te bi buduća istraživanja trebala usmeriti ka ispitivanju toga koje će zavisne varijable sa ovim nezavisnim ostvariti značajne statističke povezanosti. Ipak, ograničenje naše studije leži u tome što je njome pokriven mali broj ispitanika, te smatramo da bi za dodatnu verifikaciju dobijenih rezultata bilo poželjno sprovesti novo istraživanje i na većem broju ispitanika.



## **DEO DRUGI**

### **MIKROEKONOMSKI ASPEKTI**

# **1. ZAPOSLENI U TURISTIČKOJ PRIVREDI - OSNOVNI FAKTOR RAZVOJA**

## **1.2 Istraživanje zadovoljstva zaposlenih uslovima rada u turističkoj privredi**

Polazeći od pretpostavke da su zaposleni glavni razvojni faktor turizma, da se zahvaljujući znanjima i veštinama zaposlenih realizuju sve poslovne aktivnosti, nameće se zaključak da je suština razvojnih aspekata u motivisanosti i uslovima rada zaposlenih. Kod istraživanja zadovoljstva zaposlenih uslovima rada u turističkoj privredi Srbije obuhvaćeno je ukupno 192 ispitanika zaposlenih u 19 različitih pravnih lica i preduzetnika, a od toga je 120 ispitanika (62,5%) bilo muškog, a 72 ispitanika (37,5%) ženskog pola. Za pravna lica korišteni su podaci iz APR (Agencija za privredne registre) i Privredne komore Srbije. Od ukupno 19 (devetnaest) pravnih lica odabranih metodom slučajnog uzorka 9 je hotelskih preduzeća, 6 motela, 2 pansiona i 2 turističkaka naselja<sup>106</sup>. Ova struktura pravnih lica odabrana je zbog obima smeštajnih kapaciteta u kojima se i realizuje najveći broj noćenja turista.

---

<sup>106</sup> Nazivi i adrese svih pravnih i fizičkih lica na njihov zahtev su izostavljeni.

Tabela br.2.1 Kapaciteti kategorisanih ugostiteljskih objekata za smeštaj

Red. broj	Vrsta ugos. objekta za smještaj	Broj objekata	Broj smeštajnih jedinica	Broj ležaja
1	Hoteli	339	17.687	29.392
2	Moteli	11	249	426
3	Pansioni	3	78	122
4	Turistička i apart.nase.	5	230	477
UKUPNO		358	18.244	30.417

*Izvor: Strategija za razvoj turizma Srbije za period 2016 do 2025*

U ukupnom broju ugostiteljskih objekata za smeštaj u Republici Srbiji, hoteli imaju najveći udeo, kako po broju objekata, tako i po broju smeštajnih jedinica i ležaja.

U periodu od 2010. do 2015. godine broj smeštajnih objekata vrste hotel (uključujući garni i apart hotele) porastao je od 249 do 339, odnosno za 36,1%. Ovaj porast delimično je pratio i porast broja smeštajnih jedinica kojih je u 2010. godini bilo 15.537, a u 2015. godini 17.687, što predstavlja porast od 13,8%, dok je broj ležaja u tom periodu porastao sa 24.186 na 29.392, odnosno za 21,5%<sup>107</sup>.

Posmatrano po starosnim grupama ispitanici su podeljeni u šest grupa: 2,1 % ispitanika je bilo uzrasta ispod 20 godina, u kategoriji uzrasta između 20 i 30 godina se našlo 6,3 % ispitanika, zatim 33,3% ispitanika se našlo u kategoriji uzrasta između 31 i 40 godina, u kategoriji između 41 i 50 godina se našlo 45,8% ispitanika, zatim u grupi od 51 do 65 godina 8,3% ispitanika, i 4,2 % ispitanika je bilo starosti iznad 65 godina. Što se tiče stečenog obrazovanja, u ovom uzorku se našlo 31,2 % ispitanika sa završenom srednjom školom, 56,3 % ispitanika sa završenim fakultetom ili višom školom dok 12,5% ispitanika ima završen master ili doktorat. Kada je reč o visini ličnih mesečnih prihoda 6,2% ispitanika navelo je da ne ostvaruje lične prihode, 41,7% ispitanika zarađuje do 500 evra, 31,2 % ostvaruje između 501 i 1000 evra, 12,5 %

<sup>107</sup> Strategija za razvoj turizma Srbije za period od 2016 do 2015

ostvaruje između 1001 i 1500 evra, 4,2% ispitanika zarađuje između 1501 i 2000 evra, a preko 2000 evra mesečno ostvaruje 4,2% ispitanika. Osim ličnih prihoda, ispitanici su bili pitani i za mesečni prihod domaćinstva pa su i prema tome podeljeni u nekoliko grupa, 20,8 % ispitanika živi u domaćinstvu u kojem su prihodi do 500 evra mesečno, 29,2 % ispitanika navodi da živi u domaćinstvu u kojem su prihodi od 501 do 1000 evra mesečno, u kategoriji prihoda između 1001 i 1500 evra mesečno se nalazi 20,8% ispitanika, u kategoriji između 1501 i 2000 evra prihoda mesečno se nalazi 12,5% ispitanika, u kategoriji između 2001 i 3000 evra prihoda mesečno se nalazi 4,2% ispitanika, dok 10,4% ispitanika živi u domaćinstvima u okviru kojih su prihodi veći od 3000 evra, dok je 2,1% ispitanika izjavilo da nije upoznato sa ovom informacijom. Posmatrajući broj članova domaćinstva, pokazano je da 14,6 % ispitanika živi samostalno, 35,4 % ispitanika živi u dvočlanom domaćinstvu, njih 18,7% živi u tročlanom, 22,9 % u četvoročlanom, 2,1 % živi u petočlanom domaćinstvu dok 6,3% ispitanika živi u domaćinstvu sa preko pet članova. Što se tiče podele ispitanika prema tome koliko članova njihovih domaćinstava ostvaruje prihode, pokazuje se da kod 33,3% ispitanika samo jedan član ostvaruje prihode, kod 58,3% ispitanika dva člana ostvaruju prihode, kod 6,3% ispitanika tri člana domaćinstva ostvaruje prihode, dok u domaćinstvima u kojim četiri člana ostvaruje prihode živi 2,1% ispitanika.

### 1.2.1 Metodologija rada

Istraživanje je kvantitativnog tipa i sprovedeno je putem upitnika u okviru kojeg su se u prvom delu, pitanja odnosila na socio-demografske podatke o ispitaniku, dok je u drugom delu grupa zavisnih varijabli bila operacionalizovana putem Likertove skale procene u okviru koje su ispitanici procenjivali u kojoj meri se slažu sa tvrdnjama kojima smo ispitali njihovo zadovoljstvo radnim prostorom, mogućnostima napredovanja i edukacije, međuljudskim odnosima, kao i saradnjom sa pretpostavljenima<sup>108</sup>.

Za analizu podataka koristili smo: deskriptivnu analizu (frekvencije, procenke, aritmetičku sredinu), t-test, jednofaktorsku analizu varijanse,

---

<sup>108</sup> Vujović, S., Vujić, N., i Deretić, N., (2015), *Povezanost reklamnih poruka i korišćenja bankarskih usluga*, Međunarodna naučna konferencija „Mediji i ekonomija“, International Scientific Conference, Media and Economy, 15. septembar, 2015, BLC, Banjaluka, 2015.

višestruka linearnu regresiju i pirsonov koeficijent korelacije. Razina statističke značajnosti postavljena je na  $p < 0.05$ , a svi dobijeni podaci su obrađeni u programu SPSS, verzija 19<sup>109</sup>.

*Nezavisne varijable.* Nezavisne varijable u ovom istraživanju su bile pol, uzrast, stepen stručne spreme ispitanika, mesečni lični prihod ispitanika, mesečni prihod domaćinstva, broj članova koji žive u domaćinstvu i broj članova domaćinstva koji ostvaruju prihode.

*Zavisne varijable.* Zavisnim varijablama ispitivalo se zadovoljstvo zaposlenih njihovim radnim mestom, odnosno stepen zadovoljstva pojedinim elementima zaposlenja (radnim prostorom, saradnjom sa kolegama, mogućnošću napredovanja, mesečnom zaradom i slično).

Ispitanici su na petostepenoj skali likertovog tipa procenjivali u kojoj meri se slažu sa tvrdnjama kojima se ispitivalo zadovoljstvo zaposlenih, gde je 1 značilo ne slažem se u potpunosti, a 5 slažem se u potpunosti.

Sa tvrdnjom *Zadovoljan/na sam brojem zaposlenih u mojoj organizacionoj jedinici* najveći broj ispitanika (52,1%) istakao je svoje neslaganje, dok je samoadekvatnošću opreme za rad najveći broj ispitanika 48% zadovoljno, a isti procenat naveo je da je zadovoljan sa radnim prostorom. Međuljudskim odnosima zadovoljno je 52,1% ispitanika, dok je procenat onih koji su zadovoljni saradnjom sa kolegama još veći i iznosi 58,3%. Raspoloživošću vremena za obavljanje zadatih poslova zadovoljno je 41,7% ispitanika, dok se sa tvrdnjom *Zadovoljan/na sam organizacijom posla* najveći broj ispitanika (47,9%) nije složio. Više od polovine ispitanika (52,1%) nije zadovoljno svojom mesečnom zaradom, a i kada je reč o mogućnostima za edukaciju i usavršavanje ispitanici u većem broju izražavaju svoje nezadovoljstvo - 45,8%. Slična situacija je i kada je u pitanju mogućnost za napredovanje, gde svaki drugi ispitanik (52,1%) nije zadovoljan pomenutim mogućnostima. Sa mogućnostima izbora sopstvenog načina rada najveći broj ispitanika (56,2%) je zadovoljan, dok je sa tvrdnjom *Zadovoljan/na sam podrškom pretpostavljenih* isti broj ispitanika (41,7%) istakao svoje slaganje, odnosno neslaganje. Mogućnostima za iznošenje svojih ideja pretpostavljenima 56,3% ispitanika je zadovoljno, a najveći broj ispitanika 47,9% naveo je da je zadovoljan dobijanjem informacija koje se tiču rada

---

<sup>109</sup> Vujović, S., Vujić, N., i Deretić, N., (2015a), *Istraživanje uticaja socio-demografskih karakteristika stanovništva na razvoj turizma (primer: Srbija)*, XI Međunarodni simpozijum istraživanja i projektovanja za privredu, Mašinski fakultet, Beograd

njihove službe. Sa tvrdnjom *Zadovoljan/na sam jer nemam stres tokom obavljanja poslova* više od polovine ispitanih (54,2%) nije se složilo.

Tabela 12. Odgovori ispitanika na ponuđene tvrdnje kao pitanja (1-Ne slažem se u potpunosti; 2-Ne slažem se; 3-Nisam siguran/-na; 4-Slažem se; 5-Slažem se u potpunosti; BO-bez odgovora)

	1	2	3	4	5	BO
1.Zadovoljan/na sam brojem zaposlenih u mojoj organizacionoj jedinici	18.8%	33.3%	14.6%	18.8%	14.6%	/
2.Zadovoljan/na sam adekvatnošću opreme za rad	6.3%	37.5%	4.2%	31.3%	16.7%	4.2%
3.Zadovoljan/na sam radnim prostorom	8.3%	33.3%	10.4%	29.2%	18.8%	/
4.Zadovoljan/na međuljudskim odnosima	6.3%	25.0%	14.6%	41.7%	10.4%	2.1%
5.Zadovoljan/na saradnjom sa kolegama	2.1%	22.9%	14.6%	35.4%	22.9%	2.1%
6.Zadovoljan/na sam raspoloživim vremenom za obavljanje zadatih poslova	6.3%	29.2%	16.7%	29.2%	12.5%	6.3%
7.Zadovoljan/na sam organizacijom posla	12.5%	35.4%	18.8%	25.0%	8.3%	/
8.Zadovoljan/na sam mesečnom zaradom (platom)	22.9%	29.2%	16.7%	18.8%	8.3%	4.2%
9.Zadovoljan/na sam mogućnostima za edukaciju i usavršavanje	12.5%	33.3%	16.7%	20.8%	14.6%	2.1%
10.Zadovoljan/na sam mogućnostima za napredovanje	16.7%	35.4%	10.4%	20.8%	10.4%	6.3%
11.Zadovoljan/na sam mogućnostima izbora sopstvenog načina rada	8.3%	22.9%	12.5%	33.3%	22.9%	/
12.Zadovoljan/na sam podrškom pretpostavljenih	12.5%	29.2%	14.6%	27.1%	14.6%	2.1%
13.Zadovoljan/na sam mogućnostima kod iznošenja svojih ideja pretpostavljenima	8.3%	33.3%	2.1%	39.6%	16.7%	/
14.Zadovoljan/na sam dobijanjem informacija koje se tiču rada moje službe	10.4%	22.9%	14.6%	39.6%	8.3%	4.2%
15.Zadovoljan/na sam jer nemam stres tokom obavljanja poslova	18.8%	35.4%	8.3%	20.8%	14.6%	2.1%

Izvor: sopstveno istraživanje

Rezultati pokazuju da su ispitanici najzadovoljniji saradnjom sa kolegama (3,55), a zatim mogućnostima izbora sopstvenog načina rada (3,40), dok su najmanje zadovoljstvo ispitanici iskazali svojom mesečnom zaradom (2,59) i mogućnostima za napredovanje (2,71).

### 1.2.2 T Test

T testom se ispitivalo da li se ispitanici razlikuju u odgovorima na zavisnim varijablama u okviru kojih se procenjivalo zadovoljstvo zaposlenih u zavisnosti od njihovog pola.

T-test je pokazao da se ispitanici razlikuju u odnosu na zadovoljstvo radnim prostorom.  $t(190) = 3.293$ ,  $p < .01$  i pokazuje se da su muškarci ( $M=3,40$ ) zadovoljniji svojim radnim prostorom od žena ( $M=2,78$ ).

Daljom primenom t testa je pokazano da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva svojom platom  $t(171.509) = 2.270$ ,  $p < .05$ , a rezultati pokazuju da su muškarci ( $M=2,75$ ) zadovoljniji platom od žena ( $M=2,33$ ).

Dalje, muškarci i žene se razlikuju i u pogledu koliko su zadovoljni mogućnostima izbora sopstvenog načina rada  $t(190) = 2.398$ ,  $p < .05$ , pa tako muškarci ( $M=3,57$ ) u većoj meri iskazuju da su zadovoljniji mogućnostima izbora sopstvenog načina rada, u odnosu na žene ( $M=3,11$ ). Za procenu ostalih zavisnih varijabli nisu dobijene statistički značajne razlike među polovima.

### 1.2.3 Analiza varijanse

Jednofaktorskom analizom varijanse (ANOVA) istražen je uticaj starosti na nivo zadovoljstva poslom tj. ispitivalo se u kojoj meri se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva poslom u zavisnosti od njihovog uzrasta. Subjekti su po starosti podeljeni u šest grupa (ispod 20 godina, 20 do 30 godina, 31 do 40 godina, 41 do 50 godina, 51 do 65 godina i iznad 65 godina).

Tako, pokazuje se da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva brojem zaposlenih u njihovoj organizacionoj jedinici  $F(5, 186) = 4.47$ ,  $p < .01$ . Rezultati pokazuju da su pomenutim najzadovoljniji ispitanici preko 65 godina ( $M=3,50$ ), dok su najmanje zadovoljni ispitanici starosti do 20 godina ( $M=1,00$ ).

Dalje, ispitanici se razlikuju i u stepenu zadovoljstva opreme za rad  $F(5, 178) = 6.88$ ,  $p < .01$ , a i ovde se pokazuje da su ispitanici starosti do 20 godina najmanje zadovoljni opremom za rad ( $M=1,00$ ), a ispitanici stariji od 65 godina su najzadovoljniji ( $M=4,00$ ).



Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva radnim prostorom  $F(5, 186)=8,25, p<.01$ , tačnije pokazuje se da su ispitanici ispod 20 godina nainezadovoljniji ( $M=1,00$ ) a ispitanici od 20 do 30 godina ( $M=4,00$ ) i ispitanici iznad 65 godina ( $M=4,00$ ) najviše zadovoljni radnim prostorom.

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva međuljudskim odnosima  $F(5, 182)=6,06, p<.01$ , a rezultati pokazuju da su ispitanici iz grupe od 31 do 40 godina najzadovoljniji ( $M=3,63$ ) međuljudskim odnosima.

Što se tiče razlikovanja ispitanika u proceni zadovoljstva saradnje sa kolegama, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(5, 182)=6,01, p<.01$ , a i ovde rezultati pokazuju da su ispitanici iz grupe od 31 do 40 godina najzadovoljniji saradnjom sa kolegama ( $M=3,80$ ).

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva raspoloživim vremenom za obavljanje zadatih poslova  $F(5, 174)=4,35, p<.01$ . Rezultati pokazuju da su ispitanici stariji od 65 godina najzadovoljniji ( $M=3,50$ ) raspoloživim vremenom za obavljanje zadatih poslova.

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva organizacije posla  $F(5, 186)=5,04, p<.01$ , a rezultati i ovde pokazuju da su ispitanici stariji od 65 godina zadovoljniji ( $M=4,00$ ) organizacijom posla u odnosu na ostale kategorije.

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva platom

$F(5, 178)=9,72, p<.01$ . Rezultati pokazuju da su ispitanici od 31 do 40 godina ( $M=3,00$ ) i ispitanici iznad 65 godina ( $M=3,00$ ) najzadovoljniji platom.

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva mogućnostima za edukaciju i usavršavanje  $F(5, 182)=5,70, p<.01$ , odnosno da su ispitanici starosti iznad 65 godina najzadovoljniji ( $M=4,50$ ) pomenutim mogućnostima.

Što se tiče razlikovanja ispitanika u proceni zadovoljstva mogućnostima za napredovanje, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(5, 174)=5,26, p<.01$ , a pokazuje se da je srednja vrednost najveća kod grupe ispitanika iznad 65 godina ( $M=4,00$ ).

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva mogućnostima izbora sopstvenog načina rada  $F(5, 186)=7,13, p<.01$ , i da su ispitanici iznad 65 godina zadovoljniji ( $M=4,50$ ) pomenutim mogućnostima u odnosu na ostale kategorije.

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva podrškom pretpostavljenih  $F(5, 182)=7,34, p<.01$ , a

rezultati pokazuju da su ispitanici starosti iznad 65 godina najzadovoljniji podrškom ( $M=4,50$ ).

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva iznošenja svojih ideja pretpostavljenima  $F(5, 186)=5,92$ ,  $p<.01$ , a srednja vrednost grupe ispitanika iznad 65 godina je i ovde najveća ( $M=4,00$ ), što ukazuje na to da su i ovim segmentom najstariji ispitanici zadovoljniji u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva dobijanja informacija koje se tiču rada zaposlenog  $F(5, 178)=5,64$ ,  $p<.01$ , tačnije pokazuje se da su ispitanici iznad 65 godina najviše zadovoljni u pogledu dobijanja pomenutih informacija ( $M=4,00$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva zbog odsustva stresa na poslu  $F(5, 182)=4,72$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da se ispitanici iznad 65 godina zadovoljniji pomenutim ( $M=4,00$ ) u odnosu na ostale kategorija ispitanika.

Jednofaktorskom analizom varijanse (ANOVA) istražen je i uticaj obrazovanja na nivo zadovoljstva poslom tj. ispitivalo se da li između ispitanika različite stručne spreme postoji razlika u stepenu zadovoljstva poslom.

Tako, pokazuje se da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva brojem zaposlenih u njihovoj organizacionoj jedinici  $F(2,189)=8,82$ ,  $p<.01$ . Srednja vrednost grupe ispitanika sa višom školom/fakultetom je najviša ( $M=3,11$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva opreme za rad  $F(2, 181)=6,01$ ,  $p<.01$ , pokazuju da se ispitanici sa višom školom/fakultetom najzadovoljniji opremom za rad ( $M=3,42$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva radnim prostorom  $F(2,189)=15,42$ ,  $p<.01$ , tačnije pokazuje se da su ispitanici sa višom školom/fakultetom najzadovoljniji radnim prostorom ( $M=3,59$ ).

Tako, pokazuje se da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva saradnje sa kolegama  $F(2, 185)=9,71$ ,  $p<.01$ . Pokazuje se da je srednja vrednost grupe ispitanika sa višom školom/fakultetom najveća ( $M=3,85$ ), odnosno da su ispitanici sa višom školom/fakultetom zadovoljniji saradnjom sa kolegama u odnosu na ostale kategorije.

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva vremenom za obavljanje zadatih poslova  $F(2,177)=29,28$ ,  $p<.01$ , tačnije pokazuje se da su ispitanici sa završenim masterom ili doktoratom najzadovoljniji vremenom za obavljanje zadatih poslova ( $M=3,83$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva organizacijom posla  $F(2, 189)=10,15, p<.01$ . Pokazuje se da su srednje vrednosti ispitanika sa višom školom/fakultetom najveće ( $M=3,07$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva platom  $F(2, 181)=6,69, p<.01$ . Ispitanici sa višom školom/fakultetom su najzadovoljniji svojom platom ( $M=2,88$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva mogućnošću za edukaciju i usavršavanje  $F(2,185)=12,16, p<.01$ . Srednja vrednost ispitanika sa višom školom/fakultetom je najveća ( $M=3,31$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva mogućnostima izbora sopstvenog načina rada  $F(2, 189)=7,88, p<.01$ , tačnije pokazuje se da su ispitanici iz grupe sa završenim masterom ili doktoratom najzadovoljniji mogućnostima izbora sopstvenog načina rada ( $M=3,67$ ).

Tako, pokazuje se da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva podrškom pretpostavljenih  $F(2,185)=3,14, p<.05$ . Srednja vrednost grupe ispitanika sa višom školom/fakultetom je najveća ( $M=3,23$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva dobijanja informacija koje se tiču rada službe  $F(2,181)=6,53, p<.01$ , tačnije pokazuje se da ispitanici iz grupe sa završenim masterom ili doktoratom najviše zadovoljni ( $M=3,67$ ).

I na kraju, pokazuje se da se ispitanici razlikuju u stepenu nemanja stresa na poslu  $F(2, 185)=14,51, p<.01$ . Srednja vrednost grupe ispitanika sa završenim masterom ili doktoratom je najveća ( $M=3,50$ ), što ukazuje da su najobrazovaniji ispitanici zadovoljniji odsustvom stresa na poslu u odnosu na ostale dve kategorije (Vujović, i ostali, 2014).

Jednofaktorskom analizom varijanse (ANOVA) istražen je uticaj mesečnog ličnog prihoda na nivo zadovoljstva poslom tj. ispitalo se u kojoj meri se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva poslom u zavisnosti od njihovog mesečnog ličnog prihoda. Subjekti su po visini mesečnih ličnih prihoda podeljeni u šest grupa (do 500 evra, od 501 do 1.000 evra, od 1001 do 1.500 evra, od 1.501 do 2.000 evra, preko 2.000 evra i oni koji nemaju lične prihode).

Pokazuje se da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva brojem zaposlenih u njihovoj organizacionoj jedinici  $F(5,186)=18,81, p<.01$ . Rezultati pokazuju da su pomenutim najzadovoljniji ispitanici koji imaju lične prihode od 1.501 do 2.000 evra ( $M=5,00$ ) i ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra ( $M=5,00$ ).

Dalje, ispitanici se razlikuju i u stepenu zadovoljstva opreme za rad  $F(5,178)=18,21, p<.01$ . Srednja vrednost najveća je kod ispitanika sa

mesečnim ličnim prihodima između 1.501 do 2.000 evra ( $M=5,00$ ) i grupe ispitanika koji zarađuju preko 2.000 evra ( $M=5,00$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva radnim prostorom  $F(5,186)=18,44$ ,  $p<.01$ , tačnije najviše su zadovoljni ispitanici sa mesečnim ličnim prihodima između 1.501 do 2.000 evra ( $M=5,00$ ) i ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) dok su najmanje zadovoljni ispitanici sa mesečnim ličnim primanjima do 500 evra ( $M=2,50$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva međuljudskim odnosima  $F(5,182)=12,96$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da su ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) najzadovoljniji međuljudskim odnosima na svom poslu.

Što se tiče razlikovanja ispitanika u proceni zadovoljstva saradnje sa kolegama, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(5, 182)=6,88$ ,  $p<.01$ , a pokazuje se i da su ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) najzadovoljniji saradnjom sa kolegama na poslu.

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva raspoloživim vremenom za obavljanje zadatah poslova  $F(5, 174)=7,48$ ,  $p<.01$ , kao i da su ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) najzadovoljniji vremenom za obavljanje posla.

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva organizacije posla  $F(5,186)=16,38$ ,  $p<.01$ , a ovom analizom se takođe pokazuje da sunajviše zadovoljni ispitanici sa mesečnim ličnim prihodima između 1.501 do 2.000 evra ( $M=4,50$ ) i ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=4,50$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva platom

$F(5, 178)=49,57$ ,  $p<.01$ , tačnije pokazuje se da su najviše zadovoljni ispitanici sa mesečnim ličnim prihodima između 1.501 do 2.000 evra ( $M=5,00$ ) i ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) a najmanje zadovoljni ispitanici čija su primanja do 500 evra ( $M=1,70$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva mogućnostima za edukaciju i usavršavanje  $F(5, 182)=23,19$ ,  $p<.01$ , odnosno da su ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) najviše zadovoljni pomenutim mogućnostima.

Što se tiče razlikovanja ispitanika u proceni zadovoljstva mogućnostima za napredovanje, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(5, 174)=18,41$ ,  $p<.01$ , a pokazuje se i da su ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) najviše zadovoljni mogućnostima za napredovanje.

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva mogućnostima izbora sopstvenog načina rada  $F(5,186)=14,39$ ,  $p<.01$ , a

rezultati pokazuju da su ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) najzadovoljniji izborom sopstvenog načina rada.

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva podrškom pretpostavljenih  $F(5, 182)=10,17$ ,  $p<.01$ , a ovom analizom se takođe pokazuje i da su ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) najviše zadovoljni podrškom.

Značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva iznošenja svojih ideja pretpostavljenima  $F(5, 186)=12,67$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da su pomenutim najzadovoljniji ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva dobijanja informacija koje se tiču rada službe zaposlenog  $F(5, 178)=12,34$ ,  $p<.01$ , tačnije pokazuje se da su ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) najviše zadovoljni dobijanjem informacija koje se tiču rada zaposlenog.

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva nemanja stresa na poslu  $F(5, 182)=12,93$ ,  $p<.01$ , odnosno da su ispitanici koji zarađuju preko 2.000 evra mesečno ( $M=5,00$ ) najviše zadovoljni odustvom stresa na poslu.

Jednofaktorskom analizom varijanse (ANOVA) istražen je uticaj mesečnog prihoda domaćinstva na nivo zadovoljstva poslom tj. ispitalo se u kojoj meri se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva poslom u zavisnosti od njihovog mesečnog prihoda domaćinstva. Subjekti su po visini mesečnih prihoda domaćinstva podeljeni u sedam grupa (do 500 evra, od 501 do 1.000 evra, od 1001 do 1.500 evra, od 1.501 do 2.000 evra, od 2.001 do 3.000 evra, preko 3.000 evra i oni koji nisu upoznati sa mesečnim prihodima domaćinstva).

Pokazuje se da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva brojem zaposlenih u njihovoj organizacionoj jedinici  $F(6, 185)=9,37$ ,  $p<.01$ . Rezultati pokazuju da su pomenutim najviše zadovoljni ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=4,40$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva opreme za rad  $F(6, 177)=18,47$ ,  $p<.01$ . Srednja vrednost najveća je kod ispitanika sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=5,00$ ), što ukazuje da su opremom za rad najzadovoljniji ispitanici sa najvećim mesečnim prihodima domaćinstva.

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva radnim prostorom  $F(6, 185)=13,06$ ,  $p<.01$ , tačnije najviše su zadovoljni ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva od 2.001 do 3.000 evra ( $M=4,50$ ) a najmanje zadovoljni ispitanici čiji su mesečni prihodi domaćinstva do 500 evra ( $M=2,20$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva međuljudskim odnosima  $F(6, 181)=7,74$ ,  $p<.01$ , ti. ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=4,50$ ) su najzadovoljniji međuljudskim odnosima na svom poslu.

Što se tiče razlikovanja ispitanika u proceni zadovoljstva saradnje sa kolegama, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(6,181)=4,41$ ,  $p<.01$ , a rezultati i ovde pokazuju da su pomenutim najviše zadovoljni ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=4,20$ ).

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva raspoloživim vremenom za obavljanje zadatih poslova  $F(6,173)=5,66$ ,  $p<.01$ . Rezultati pokazuju da su pomenutim najviše zadovoljni ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva od 2.001 do 3.000 evra ( $M=4,50$ ).

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva organizacije posla  $F(6, 185)=15,40$ ,  $p<.01$ , a ovom analizom se takođe pokazuje da su najviše zadovoljni ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=4,40$ ) a najmanje zadovoljni ispitanici čiji su mesečni prihodi domaćinstva do 500 evra ( $M=1,90$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva platom

$F(6, 177)=11,06$ ,  $p<.01$ , Srednja vrednost je najveća kod ispitanika sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=4,00$ ) i onih koji nisu upoznati sa mesečnim prihodima domaćinstva ( $M=4,00$ ) a najmanje kod ispitanika čiji su mesečni prihodi domaćinstva do 500 evra ( $M=1,60$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva mogućnostima za edukaciju i usavršavanje  $F(6,181)=11,83$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da su ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=4,20$ ) najzadovoljniji pomenutim mogućnostima.

Što se tiče razlikovanja ispitanika u proceni zadovoljstva mogućnostima za napredovanje, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(6,173)=8,18$ ,  $p<.01$ , a pokazuje se da su ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra najzadovoljniji ( $M=3,75$ ) mogućnostima za napredovanje.

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva mogućnostima izbora sopstvenog načina rada  $F(6,185)=9,04$ ,  $p<.01$ , kao i da su ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva od 2.001 do 3.000 evra najzadovoljniji ( $M=4,50$ ) mogućnostima pomenutog izbora.

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva podrškom pretpostavljenih  $F(6, 181)=7,47$ ,  $p<.01$ , a

ovom analizom se takođe pokazuje i da se ispitanici koji nisu upoznati sa mesečnim prihodima domaćinstva su najviše zadovoljni podrškom pretpostavljenih ( $M=4,00$ ) a najmanje zadovoljni ispitanici čiji su mesečni prihodi domaćinstva do 500 evra ( $M=2,30$ ).

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva iznošenja svojih ideja pretpostavljenima  $F(6, 185)=10,08$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da su pomenutim najzadovoljniji ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=4,20$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva dobijanja informacija koje se tiču rada službe zaposlenog  $F(6, 177)=7,52$ ,  $p<.01$ , tačnije pokazuje se da su ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=4,25$ ) najviše zadovoljni dobijanjem pomenutih informacija, dok su ispitanici čiji su mesečni prihodi domaćinstva do 500 evra najmanje zadovoljni ( $M=2,30$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva nemanja stresa na poslu  $F(6,181)=22,44$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da su ispitanici sa mesečnim prihodima domaćinstva preko 3.000 evra ( $M=4,80$ ) najzadovoljniji u tom pogledu.

Jednofaktorskom analizom varijanse (ANOVA) istražen je uticaj broja članova domaćinstva na nivo zadovoljstva poslom tj. ispitivalo se u kojoj meri se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva poslom u zavisnosti od broja članova domaćinstva. Subjekti su po broju članova domaćinstva podeljeni u šest grupa (jedan, dva, tri, četiri, pet i više od pet članova domaćinstva).

Pokazuje se da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva brojem zaposlenih u njihovoj organizacionoj jedinici  $F(5,186)=4,03$ ,  $p<.01$ . Rezultati pokazuju da su pomenutim najviše zadovoljni ispitanici sa četiri člana u domaćinstvu ( $M=3,18$ ) a najmanje zadovoljni ispitanici koji imaju više od pet članova domaćinstva ( $M=1,67$ ).

Dalje, ispitanici se razlikuju i u stepenu zadovoljstva opreme za rad  $F(5, 178)=5,12$ ,  $p<.01$ . Srednja vrednost najveća je kod ispitanika u petočlanom domaćinstvu ( $M=4,00$ ), što ukazuje na to da su oni zadovoljniji opremom za rad u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva radnim prostorom  $F(5,186)=9,31$ ,  $p<.01$ , tačnije najviše su zadovoljni ispitanici u petočlanom domaćinstvu ( $M=4,00$ ) a najmanje zadovoljni ispitanici čije domaćinstvo ima više od pet članova ( $M=1,33$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva međuljudskim odnosima  $F(5,182)=11,82$ ,  $p<.01$ , tj. ispitanici u četvoročlanom domaćinstvu ( $M=3,73$ ) su najviše zadovoljni pomenutim.

Što se tiče razlikovanja ispitanika u proceni zadovoljstva saradnje sa kolegama, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(5,182)=13,11$ ,  $p<.01$ , ti. ispitanici u tročlanom domaćinstvu ( $M=4,33$ ) najviše su zadovoljni saradnjom sa kolegama, dok su najmanje zadovoljni ispitanici čija domaćinstva imaju više od pet članova( $M=2,00$ ).

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva raspoloživim vremenom za obavljanje zadatih poslova  $F(5,174)=4,97$ ,  $p<.01$ , kao i da su ispitanici koji žive sami najzadovoljniji raspoloživim vremenom za obavljanje poslova( $M=3,43$ ), dok su pomenutih najmanje zadovoljni ispitanici čije domaćinstvo ima više od pet članova( $M=1,50$ ).

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva organizacije posla  $F(5,186)=10,26$ ,  $p<.01$ , a ovom analizom se takođe pokazuje da su najviše zadovoljni ispitanici u četvoročlanom domaćinstvu ( $M=3,27$ ), a najmanje zadovoljni ispitanici čije domaćinstvo ima više od pet članova( $M=1,67$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva platom

$F(5,178)=4,14$ ,  $p<.01$ , tačnije pokazuje se da su platom najzadovoljniji ispitanici u četvoročlanom domaćinstvu ( $M=3,10$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva mogućnostima za edukaciju i usavršavanje  $F(5, 182)=4,88$ ,  $p<.01$ , odnosno da su ispitanici u petočlanom domaćinstvu najviše zadovoljni( $M=4,00$ ), a najmanje zadovoljni ispitanici čije domaćinstvo ima više od pet članova( $M=1,67$ ).

Što se tiče razlikovanja ispitanika u proceni zadovoljstva mogućnostima za napredovanje, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(5,174)=5,55$ ,  $p<.01$ . Rezultati pokazuju da su pomenutim najzadovoljniji ispitanici u petočlanom domaćinstvu ( $M=4,00$ ), a najmanje zadovoljni ispitanici koji žive sami ( $M=2,00$ ).

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva mogućnostima izbora sopstvenog načina rada  $F(5,186)=7,38$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da je srednja vrednost ispitanika koji žive u domaćinstvu sa pet članova najviša ( $M=5,00$ ), što ukazuje na to da su ispitanici iz tih domaćinstava najzadovoljniji pomenutim.

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva podrškom pretpostavljenih  $F(5, 182)=9,30$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuje i da su ispitanici u petočlanom domaćinstvu najviše zadovoljni podrškom( $M=4,00$ ), dok su najmanje zadovoljni ispitanici čije domaćinstvo ima više od pet članova ( $M=1,67$ ).

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva iznošenja svojih ideja pretpostavljenima  $F(5, 186)=9,32$ ,  $p<.01$ . Rezultati pokazuju da je je srednja vrednost najveća



kod ispitanika u petočlanom domaćinstvu ( $M=4,00$ ) a najmanja kod ispitanika čije domaćinstvo ima više od pet članova ( $M=1,67$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva dobijanja informacija koje se tiču rada službe zaposlenog  $F(5, 178)=6,85$ ,  $p<.01$ , tačnije pokazuje se da su ispitanici koji žive u petočlanom domaćinstvu najviše zadovoljni pomenutim ( $M=4,00$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva nemanja stresa na poslu  $F(5,182)=6,88$ ,  $p<.01$ , odnosno da su ispitanici u petočlanom domaćinstvu najviše zadovoljni ( $M=4,00$ ) a najmanje zadovoljni ispitanici čije domaćinstvo ima više od pet članova ( $M=1,67$ ).

Jednofaktorskom analizom varijanse (ANOVA) istražen je uticaj broja članova domaćinstva koji ostvaruju prihode na nivo zadovoljstva poslom tj. ispitalo se u kojoj meri se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva poslom u zavisnosti od broja članova domaćinstva koji ostvaruju prihode. Subjekti su po broju članova domaćinstva koji ostvaruju prihode podeljeni u šest grupa (nijedan, jedan, dva, tri, četiri i više od četiri članova domaćinstva koji ostvaruju prihode).

Analiza pokazuje da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva brojem zaposlenih u njihovoj organizacionoj jedinici  $F(3,188)=6,71$ ,  $p<.01$ . Aritmetička sredina je najveća kod ispitanika sa dva člana u domaćinstvu koji ostvaruju prihode ( $M=3,11$ ), što ukazuje na to da su ovi ispitanici najzadovoljniji brojem zaposlenih u njihovoj organizacionoj jedinici.

Dalje, ispitanici se razlikuju i u stepenu zadovoljstva opreme za rad  $F(3,180)=5,47$ ,  $p<.01$ . Srednja vrednost najveća je kod ispitanika gde četiri člana u domaćinstvu ostvaruju prihode ( $M=4,00$ ), a najmanja kod ispitanika gde tri člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=2,33$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva međuljudskim odnosima  $F(3,184)=9,23$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da su ispitanici gde dva člana u domaćinstvu zarađuju najzadovoljniji pomenutim ( $M=3,54$ ).

Što se tiče razlikovanja ispitanika u stepenu zadovoljstva saradnje sa kolegama, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(3,184)=4,87$ ,  $p<.01$ , a srednja vrednost najveća je kod ispitanika gde dva člana domaćinstvu zarađuju ( $M=3,78$ ), a najmanja kod ispitanika gde tri člana u domaćinstvu ostvaruje prihode ( $M=2,67$ ).

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva organizacije posla  $F(3, 188)=4,39$ ,  $p<.01$ , a rezultati pokazuju da su najviše zadovoljni ispitanici gde dva člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=3,04$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva platom

$F(3, 180)=15,49$ ,  $p<.01$ , tačnije pokazuje se da su pomenutim zadovoljniji ispitanici gde dva ili tri člana domaćinstva zarađuju ( $M=3,00$ ), u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva mogućnostima za edukaciju i usavršavanje  $F(3, 184)=2,65$ ,  $p\leq.05$ . Rezultati pokazuju da su pomenutim najviše zadovoljni ispitanici gde četiri člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=3,04$ ), a najmanje ispitanici gde tri člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=2,00$ ).

Što se tiče razlikovanja ispitanika u proceni zadovoljstva mogućnostima za napredovanje, takođe se dobijaju statistički značajne razlike,  $F(3, 176)=8,87$ ,  $p<.01$ , a pokazuje se i da su ovim mogućnostima najviše zadovoljni ispitanici gde četiri člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=4,00$ ).

Dalje, pokazano je i da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva mogućnostima izbora sopstvenog načina rada  $F(3, 188)=4,04$ ,  $p<.01$ , a i ovde se pokazuje da su pomenutim najviše zadovoljni ispitanici gde četiri člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=5,00$ ).

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva podrškom pretpostavljenih  $F(3, 184)=9,18$ ,  $p<.01$ . Rezultati pokazuju da je srednja vrednost najveća kod ispitanika gde četiri člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=4,00$ ), što ukazuje na to da su oni zadovoljniji podrškom pretpostavljenih u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Zatim, statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u pogledu zadovoljstva iznošenja svojih ideja pretpostavljenima  $F(3,188)=5,39$ ,  $p<.01$ , a i ovde se pokazuje da su najviše zadovoljni ispitanici gde četiri člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=4,00$ ).

Statistički značajne razlike među ispitanicima se dobijaju i u stepenu zadovoljstva dobijanja informacija koje se tiču rada službe zaposlenog  $F(3,180)=10,00$ ,  $p<.01$ , a pokazuje se i da su najviše zadovoljni ispitanici gde četiri člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=4,00$ ) a najmanja ispitanici gde tri člana u domaćinstvu zarađuju ( $M=1,67$ ).

Istom analizom je pokazano i da se ispitanici razlikuju u stepenu zadovoljstva nemanja stresa na poslu  $F(3, 184)=5,57$ ,  $p<.01$ . Rezultati pokazuje da su pomenutim najviše zadovoljni ispitanici iz domaćinstava gde četiri člana ostvaruju prihode ( $M=4,00$ ), a najmanje ispitanici gde samo jedan član domaćinstva zarađuje ( $M=2,31$ ).

#### **1.2.4 Višestruka regresija**

Multiplom regresijom se ispitivalo da li se na osnovu kombinacije prediktora, u koju su uključeni pol, uzrast, stepen stručne spreme, mesečni lični prihod, mesečni prihod domaćinstva, broj članova

domaćinstva i broj članova u domaćinstvu koji ostvaruju prihode, može predvideti stepen zadovoljstva ispitanika pojedinim aspektima zaposlenja.

Kada je reč o zadovoljstvu brojem zaposlenih u organizacionoj jedinici rezultati pokazuju da se ovom kombinacijom prediktora može predvideti pomenuto zadovoljstvo  $R^2 = .340$ ,  $F(7,184) = 13.536$ ,  $p < .01$ . Kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se starost ispitanika  $b = .181$ ,  $t = 2.196$ ,  $p < .05$  i mesečni lični prihod  $b = .603$ ,  $t = 6.000$ ,  $p < .01$ , što znači da su brojem zaposlenih u njihovim organizacionim jedinicama zadovoljniji stariji ispitanici sa većim mesečnim ličnim prihodom.

Statističko značajno predviđanje je dobijeno i za procenu zadovoljstva samadekvatnošću opreme za rad  $R^2 = .405$ ,  $F(7,176) = 17.101$ ,  $p < .01$ , dok su se kao pojedinačni značajni prediktori pokazali mesečni lični prihod  $b = .360$ ,  $t = 3.856$ ,  $p < .01$  i mesečni prihod domaćinstva  $b = .309$ ,  $t = 4.271$ ,  $p < .01$ . Na osnovu rezultata može se zaključiti da su samoadekvatnošću opreme za rad zadovoljniji ispitanici sa većim mesečnim ličnim prihodom i većim prihodom domaćinstva.

Rezultati pokazuju da se zadovoljstvo radnim prostorom takođe može statistički značajno predvideti ovom kombinacijom prediktora  $R^2 = .383$ ,  $F(7,184) = 16.322$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se pol  $b = -.717$ ,  $t = -4.254$ ,  $p < .01$ , mesečni lični prihod  $b = .378$ ,  $t = 4.030$ ,  $p < .01$  i mesečni prihod domaćinstva  $b = .202$ ,  $t = 2.786$ ,  $p < .01$ . Dobijeni rezultati pokazuju da muškarci sa većim mesečnim ličnim prihodima i većim prihodima domaćinstva pokazuju veće zadovoljstvo svojim radnim prostorom od drugih kategorija ispitanika.

Zadovoljstvo međuljudskim odnosima je sledeći aspekt zadovoljstva poslom za koji je pokazano da se može statistički značajno predvideti ovim prediktorima  $R^2 = .278$ ,  $F(7,180) = 9.894$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktor izdvaja se mesečni lični prihod  $b = .442$ ,  $t = 4.896$ ,  $p < .01$ , što znači da su ispitanici sa većim mesečnim ličnim prihodom zadovoljniji međuljudskim odnosima, u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Zadovoljstvo saradnjom sa kolegama se takođe može statistički značajno predvideti ovim prediktorima  $R^2 = .191$ ,  $F(7,180) = 6.084$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se mesečni lični prihod  $b = .408$ ,  $t = 4.244$ ,  $p < .01$  i broj članova domaćinstva  $b = .191$ ,  $t = 2.502$ ,  $p < .05$ , što znači da su saradnjom sa kolegama zadovoljniji ispitanici sa većim mesečnim prihodima i većim brojem članova domaćinstva, nego što je to slučaj sa drugim kategorijama ispitanika.

Statističko značajno predviđanje je dobijeno i za procenu zadovoljstva raspoloživim vremenom za obavljanje zadatih poslova  $R^2 = .321$ ,  $F(7,172) = 11.625$ ,  $p < .01$ . Kao značajni pojedinačni prediktori izdvajaju se stepen stručne spreme  $b = .680$ ,  $t = 5.528$ ,  $p < .01$  i mesečni lični prihod  $b = .293$ ,  $t = 3.145$ ,  $p < .01$ , što znači da su ispitanici sa višim stepenom

stručne spreme i višim ličnim prihodima zadovoljniji raspoloživim vremenom za obavljanje zadatih poslova u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Pokazuje se da se statistički značajno može predvideti i zadovoljstvo organizacijom posla  $R^2 = .382$ ,  $F(7,184) = 16.269$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se: starost ispitanika  $b = .159$ ,  $t = 2.257$ ,  $p < .05$ , stepen stručne spreme  $b = .240$ ,  $t = 2.114$ ,  $p < .05$ , mesečni lični prihod  $b = .324$ ,  $t = 3.775$ ,  $p < .01$ , mesečni prihod domaćinstva  $b = .238$ ,  $t = 3.587$ ,  $p < .01$  i broj članova domaćinstva  $b = .136$ ,  $t = 1.996$ ,  $p < .05$ . Na osnovu dobijenih rezultata može se zaključiti da su organizacijom posla zadovoljniji stariji ispitanici, sa višim stepenom stručne spreme, višim mesečnim ličnim prihodom, višim prihodom domaćinstva i većim brojem članova u domaćinstvu, u odnosu na druge kategorije ispitanika.

Zadovoljstvo mesečnom zaradom (platom) takođe se može predvideti ovom kombinacijom prediktora  $R^2 = .581$ ,  $F(7,176) = 34.863$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se starost ispitanika  $b = .225$ ,  $t = 3.517$ ,  $p < .01$ , stepen stručne spreme  $b = -.247$ ,  $t = -2.394$ ,  $p < .05$ , mesečni lični prihod  $b = .789$ ,  $t = 10.108$ ,  $p < .01$  i broj članova domaćinstva  $b = .230$ ,  $t = 3.724$ ,  $p < .01$ . Na osnovu rezultata može se zaključiti da su mesečnom zaradom zadovoljniji stariji ispitanici, sa nižom stručnom spremom, ali višim prihodima i većim brojem članova domaćinstva u odnosu na ostale grupe ispitanika.

Ova kombinacija prediktora pokazala se statistički značajnom i kod zadovoljstva mogućnostima za edukaciju i usavršavanje  $R^2 = .426$ ,  $F(7,180) = 19.102$ ,  $p < .01$ . Kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se starost ispitanika  $b = .249$ ,  $t = 3.349$ ,  $p < .01$ , mesečni lični prihod  $b = .657$ ,  $t = 7.236$ ,  $p < .01$  i broj članova domaćinstva  $b = .191$ ,  $t = 2.653$ ,  $p < .01$ , što znači da su stariji ispitanici sa višim mesečnim prihodima i većim brojem članova domaćinstva zadovoljniji pomenutim mogućnostima, nego što je to slučaj sa ostalim kategorijama ispitanika.

Statistički značajnom ova kombinacija prediktora pokazala se i kada je reč o zadovoljstvu mogućnostima za napredovanje  $R^2 = .424$ ,  $F(7,172) = 18.117$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se mesečni lični prihod  $b = .688$ ,  $t = 7.349$ ,  $p < .01$  i broj članova domaćinstva  $b = .311$ ,  $t = 4.185$ ,  $p < .01$ . Na osnovu rezultata možemo zaključiti da su mogućnostima za napredovanjem zadovoljniji ispitanici sa višim mesečnim ličnim prihodima i većim brojem članova u domaćinstvu, nego ostale kategorije ispitanika.

Zadovoljstvo mogućnostima izbora sopstvenog načina rada takođe se može predvideti ovom kombinacijom prediktora  $R^2 = .326$ ,  $F(7,184) = 12.739$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se pol ispitanika  $b = -.576$ ,  $t = -3.296$ ,  $p < .01$ , starost ispitanika  $b = .310$ ,  $t = 2.412$ ,  $p < .05$  i mesečni lični prihod  $b = .440$ ,  $t = 4.523$ ,  $p < .01$ . Na osnovu

rezultata možemo zaključiti da su stariji muškarci sa višim mesečnim ličnim prihodima zadovoljniji izborom sopstvenog načina rada, nego ostale kategorije ispitanika.

Za predviđanje zadovoljstva podrškom pretpostavljenih ova kombinacija prediktora se takođe pokazala statistički značajnom  $R^2 = .250$ ,  $F(7,180) = 8.579$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se mesečni lični prihod  $b = .445$ ,  $t = 4.255$ ,  $p < .01$  i broj članova koji ostvaruju prihode  $b = .323$ ,  $t = 2.068$ ,  $p < .05$ . Rezultati nam pokazuju da su ispitanici sa višim mesečnim prihodima i većim brojem članova koji ostvaruju prihode zadovoljniji podrškom pretpostavljenih u odnosu na ostale kategorije.

Ova kombinacija prediktora pokazala se statistički značajnom i kada je u pitanju zadovoljstvo mogućnostima kod iznošenja svojih ideja pretpostavljenima  $R^2 = .263$ ,  $F(7,184) = 9.391$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvojili su se mesečni lični prihod  $b = .326$ ,  $t = 3.182$ ,  $p < .01$  i mesečni prihod domaćinstva  $b = .212$ ,  $t = 2.677$ ,  $p < .01$ . Na osnovu dobijenih rezultata može se zaključiti da ispitanici sa višim mesečnim ličnim prihodima i prihodima domaćinstva zadovoljniji mogućnostima za iznošenje svojih ideja pretpostavljenima nego ostale kategorije ispitanika.

Statistički značajnom ova kombinacija prediktora pokazala se i kada je reč o zadovoljstvu dobijanjem informacija koje se tiču rada službe  $R^2 = .305$ ,  $F(7,176) = 11.034$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvojili su se starost ispitanika  $b = .167$ ,  $t = 2.170$ ,  $p < .05$ , stručna sprema ispitanika  $b = .303$ ,  $t = 2.452$ ,  $p < .05$ , mesečni lični prihod  $b = .420$ ,  $t = 4.491$ ,  $p < .01$  i

broj članova domaćinstva  $b = .163$ ,  $t = 2.190$ ,  $p < .05$ . Dobijeni rezultati nam pokazuju da su stariji ispitanici, sa višim stepenom stručne spreme, većim mesečnim ličnim prihodom i brojnijim domaćinstvom zadovoljniji dobijanjem informacija koje se tiču rada njihove službe, nego što je to slučaj sa ostalim kategorijama ispitanika.

Pomenuta kombinacija prediktora pokazala se statistički značajnom i za predviđanje zadovoljstva zbog odsustva stresa tokom obavljanja poslova  $R^2 = .429$ ,  $F(7,180) = 19.334$ ,  $p < .01$ , a kao pojedinačni značajni prediktori izdvajaju se stručna sprema ispitanika  $b = .470$ ,  $t = 3.682$ ,  $p < .01$ , mesečni lični prihod  $b = .194$ ,  $t = 2.013$ ,  $p < .05$  i mesečni prihod domaćinstva  $b = .366$ ,  $t = 4.899$ ,  $p < .01$ . Na osnovu rezultata možemo zaključiti da su obrazovaniji ispitanici, sa višim mesečnim ličnim prihodom i prihodom domaćinstva zadovoljniji jer nemaju stres tokom obavljanja poslova, u odnosu na ostale kategorije ispitanika.

Na osnovu dobijenih rezultata se zaključuje da se ova linerana kombinacija prediktora pokazuje kao značajna za predviđanje svih zavisnih varijabli kojima smo ispitivali zadovoljstvo zaposlenih različitim aspektima zaposlenja.

### 1.2.5 Korelacija

Pomoću Pirsonovog koeficijenta linearne korelacije ispitana je međusobna povezanost između zavisnih varijabli kojima smo ispitivali zadovoljstvo ispitanika pojedinim aspektima zaposlenja. Dobijeni rezultati korelacione matrice, navedeni u tabeli br. 13, pokazuju da su sve korelacije statistički značajne i pozitivne. Najveći stepen zavisnosti pronađen je između zadovoljstva podrškom pretpostavljenih i mogućnostima kod iznošenja ideja pretpostavljenima ( $r=+0,93$ ,  $p < .01$ ), što znači da, što su ispitanici zadovoljniji podrškom pretpostavljenih to su zadovoljniji mogućnostima za iznošenje svojih ideja nadređenima. Rezultati pokazuju da je veoma visok stepen zavisnosti pronađen i između sledećih varijabli: zadovoljstva međuljudskim odnosima i zadovoljstva dobijanjem informacija koje se tiču rada službe ( $r=+0,854$ ,  $p < .01$ ), zadovoljstva samoadekvatnošću opreme i zadovoljstva radnim prostorom ( $r=+0,817$ ,  $p < .01$ ), zadovoljstva podrškom pretpostavljenih i zadovoljstva dobijanjem informacija koje se tiču rada službe ( $r=+0,813$ ,  $p < .01$ ), zadovoljstva mogućnostima kod iznošenja svojih ideja pretpostavljenima i zadovoljstva dobijanjem informacija koje se tiču rada službe ( $r=+0,806$ ,  $p < .01$ ).

S druge strane najslabija korelacija pronađena je između zadovoljstva saradnjom sa kolegama i zadovoljstva raspoloživim vremenom za obavljanje zadatah poslova ( $r=+0,34$ ,  $p < .01$ ).

Tabela br. 13 Rezultati korelacione matrice

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	1	.609**	.609**	.516**	.365**	.504**	.694**	.481**	.492**	.486**	.475**	.490**	.390**	.469**	.683**
2		1	.817**	.655**	.478**	.523**	.573**	.468**	.536**	.542**	.703**	.598**	.653**	.548**	.631**
3			1	.619**	.592**	.505**	.536**	.531**	.642**	.506**	.785**	.626**	.660**	.529**	.602**
4				1	.778**	.548**	.672**	.557**	.670**	.550**	.667**	.746**	.797**	.854**	.650**
5					1	.340**	.506**	.469**	.560**	.551**	.607**	.690**	.708**	.654**	.473**
6						1	.517**	.344**	.421**	.348**	.652**	.486**	.476**	.557**	.653**
7							1	.582**	.658**	.688**	.527**	.668**	.585**	.732**	.795**
8								1	.655**	.664**	.536**	.562**	.518**	.649**	.551**
9									1	.742**	.666**	.665**	.652**	.674**	.645**
10										1	.586**	.622**	.635**	.620**	.641**
11											1	.714**	.746**	.707**	.696**
12												1	.932**	.813**	.769**
13													1	.806**	.730**
14														1	.769**
15															1

\*\*p&lt; .01

Izvor: sopstveno istraživanje

### 1.2.6 Preporuke razvoja sa aspekta zaposlenih

Ispitujući povezanost sociodemografskih karakteristika ispitanika i njihovog zadovoljstva značajnijim uslovima rada, postavljene su *nezavisne variable*: pol, uzrast, stepen stručne spreme ispitanika, mesečni lični prihod ispitanika, mesečni prihod domaćinstva, broj članova koji žive u domaćinstvu i broj članova domaćinstva koji ostvaruju prihode. *Zavisnim varijablama*: radnim prostorom, saradnjom sa kolegama, mogućnošću napredovanja, mesečnom zaradom i slično, ispitivalo se zadovoljstvo pojedinim elementima zaposlenja.

Ispitanici su na petostepenoj skali Likertovog tipa procenili u kojoj meri se slažu sa tvrdnjama kojima se ispitivalo zadovoljstvo zaposlenih, gde je 1 značilo ne slažem se u potpunosti, a 5 slažem se u potpunosti.

Sa tvrdnjom *Zadovoljan/na sam brojem zaposlenih u mojoj organizacionoj jedinici* najveći broj ispitanika (52.1%) istakao je svoje neslaganje, dok je samo adekvatnošću opreme za rad najveći broj ispitanika 48% zadovoljno, a isti procenat naveo je da je zadovoljan sa

radnim prostorom. Međuljudskim odnosima zadovoljno je 52.1% ispitanih, dok je procenat onih koji su zadovoljni saradnjom sa kolegama još veći i iznosi 58.3%. Raspoloživošću vremena za obavljanje zadatih poslova zadovoljno je 41.7% ispitanih, dok se sa tvrdnjom *Zadovoljan/na sam organizacijom posla* najveći broj ispitanih (47.9%) nije složio. Više od polovine ispitanih (52.1%) nije zadovoljno svojom mesečnom zaradom, a i kada je reč o mogućnostima za edukaciju i usavršavanje ispitanici u većem broju izražavaju svoje nezadovoljstvo - 45.8%. Slična situacija je i kada je u pitanju mogućnost za napredovanje, gde svaki drugi ispitanik (52.1%) nije zadovoljan pomenutim mogućnostima. Sa mogućnostima izbora sopstvenog načina rada najveći broj ispitanih (56.2%) je zadovoljan, dok je sa tvrdnjom *Zadovoljan/na sam podrškom pretpostavljenih* isti broj ispitanih (41.7%) istakao svoje slaganje, odnosno neslaganje. Mogućnostima za iznošenje svojih ideja pretpostavljenima 56.3% ispitanih je zadovoljno, a najveći broj ispitanih 47.9% naveo je da je zadovoljan dobijanjem informacija koje se tiču rada njihove službe. Sa tvrdnjom *Zadovoljan/na sam jer nemam stres tokom obavljanja poslova* više od polovine ispitanih (54.2%) se nije složilo.

Rezultati pokazuju da su ispitanici najzadovoljniji saradnjom sa kolegama (3,55), a zatim mogućnostima izbora sopstvenog načina rada (3,40), dok su najmanje zadovoljstvo ispitanici iskazali svojom mesečnom zaradom (2,59) i mogućnostima za napredovanje (2,71).

T-test je pokazao da se ispitanici razlikuju u odnosu na zadovoljstvo radnim prostorom,  $t(190) = 3,293$ ,  $p < .01$  i pokazuje se da su muškarci ( $M = 3,40$ ) zadovoljniji svojim radnim prostorom od žena ( $M = 2,78$ ).

Daljom primenom t testa je pokazano da se ispitanici razlikuju i u pogledu zadovoljstva svojom platom  $t(171,509) = 2,270$ ,  $p < .05$ , a rezultati pokazuju da su muškarci ( $M = 2,75$ ) zadovoljniji platom od žena ( $M = 2,33$ ).

Dalje, muškarci i žene se razlikuju i u pogledu koliko su zadovoljni mogućnostima izbora sopstvenog načina rada  $t(190) = 2,398$ ,  $p < .05$ , pa tako muškarci ( $M = 3,57$ ) u većoj meri iskazuju da su zadovoljniji mogućnostima izbora sopstvenog načina rada, u odnosu na žene ( $M = 3,11$ ).

Za procenu ostalih zavisnih varijabli nisu dobijene statistički značajne razlike među polovima.

Rezultati dobijeni korelacijom pokazuju da je veoma visok stepen zavisnosti utvrđen i između sledećih varijabli: zadovoljstva međuljudskim odnosima i zadovoljstva dobijanjem informacija važnim za rad službe ( $r = +0,854$ ,  $p < .01$ ), zadovoljstva samo adekvatnošću opreme i zadovoljstva radnim prostorom ( $r = +0,817$ ,  $p < .01$ ), zadovoljstva podrškom pretpostavljenih i zadovoljstva dobijanjem informacija koje se tiču rada službe ( $r = +0,813$ ,  $p < .01$ ), zadovoljstva mogućnostima kod iznošenja svojih ideja pretpostavljenima i



zadovoljstva dobijanjem informacija koje se tiču rada službe ( $r=+0,806$ ,  $p < .01$ ).

S druge strane najslabija korelacija pronađena je između zadovoljstva saradnjom sa kolegama i zadovoljstva raspoloživim vremenom za obavljanje zadatah poslova ( $r=+0,34$ ,  $p < .01$ ).

## 2. VREDNOSTI KULTURE U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA

Ovaj deo studije rađen je u okviru istraživanja na projektu MPNTR i jednim delom publikovan u formi naučnih radova. U ovom delu istraživane su mogućnosti i modeli ekonomskog vrednovanja eksternih efekata kulturne baštine, kao razvojnog ambijenta agroturizma na primeru Vojvodine. Potrebno je, odmah na početku, istaći da je kultura imala ključnu ulogu u evoluciji ljudskog stvaralaštva. Kultura je vrednost bez koje nema razvoja agroturizma ali ni privrede uopšte. Etnološki pristup značaju kulture i kulturnog stvaralaštva u kreiranju agroturizma, podrazumeva interdisciplinarna naučna istraživanja od najranijih vremena do današnjih dana. U radu se nastoji ukazati na značaj i ulogu kulture u procesu razvoja agroturizma Vojvodine i razvoja ljudskog društva u celini. Danas, kada su procesi globalizacije i integracija doveli do ubrzanog razvoja i širenja privrednih aktivnosti, agroturizam kao jedan od oblika turističke ponude, dobija na značaju jer sve više doprinosi ukupnom ekonomskom razvoju<sup>110</sup>.

Istaknuto je da je turizam, a posebno agroturizam, u direktnoj korelaciji sa poljoprivredom. Ona značajno utiče na razvoj turističke privrede, prometa i potrošnje. Sa druge strane, turistički promet povratno utiče na razvoj poljoprivrede, a posebno agroindustrije.

Ekonomske ne/prilike, tačnije ekonomski problemi u većini zemalja sveta, dovoljno ukazuju o opšte prihvaćenoj iluziji XIX i XX veka da su tehnička znanja, tj. tehničko-tehnološki progres put u elodorado. Znanje jeste glavni faktor u ekonomskim i društvenim procesima, ali znanje bez vaspitanja, ili u koliko znanje ne prati duhovni razvoj, ono postaje ili može biti kontraproduktivno.

O odnosu duhovnih i materijalnih vrednosti već je bilo govora u prvom delu studije, u smislu da je čovečanstvo danas u problemu, između ostalog, zbog forsiranja materijalnog stvaralaštva i materijalnih vrednosti. U kontekstu ovog naslova treba podvući da je iluzija da se pukim gomilanjem materijalnih dobara može podići moralni nivo čovečanstva. Realnosti i istine svakodnevnog života kazuju drugačije. Svi izumi, nastaju zahvaljujući teorijskim naporima nauke, i samo su veštački

---

<sup>110</sup> Vujović, S., (2007): *Agroturizam kao podsticajni faktor ekonomskog razvoja Vojvodine*, Ekonomika poljoprivrede. God. 54, br.2.

dodaci prirodnim osobenostima i organima čovjeka. Svi pronalasci-izumi ili »sprave i naprave«, proširuju područje čovjekove ogzosomatske evolucije, doprinoseći uvećanju »tela čovečanstva«, tj. opsega njegovih tehničko-tehnoloških mogućnosti<sup>111</sup>.

Bez obzira na sve, čovjeku je životno važna regeneracija svih psihičkih i fizičkih sposobnosti, po mogućnosti u zdravoj prirodnoj sredini. Shodno demografskim kretanjima, klimatskim promenama i potrebama čovečanstva za hranom, život ljudi u budućnosti će sve više zavisiti od prirode, odnosno njenih prirodnih i kulturnih vrednosti. Čovjekov rad i odmor uslovljeni su, s jedne strane vrednostima kulture, i s druge, njegovim odnosom prema prirodi.

Radi preciziranja, neophodno je dodatno pojasniti u kom kontekstu će se koristiti i šta znače termini: ruralni turizam, seoski turizam, agroturizam, ekoturizam i dr.

Seoski turizam pored usluga smeštaja i odmora na selu obuhvata niz ostalih aktivnosti turističke ponude u ruralnim područjima. Danas postoje mnoge forme turizma u ruralnim područjima (zavičajni, lovni, ribolovni, avanturistički, agroturizam, verski i sl.). Podloga svim navedenim oblicima turizma jeste ruralni prostor.

Termin seoski turizam prihvaćen je zvanično od Evropske komisije s ciljem da se pojasne turističke aktivnosti u seoskim područjima. Prvi evropski kongres<sup>112</sup> o seoskom turizmu na temu »Karakteristike razvoja seoskog turizma na prostoru Evrope« održan je u organizaciji Evropske federacije za seoski turizam (Euro Gites). Tada su ravnopravno upotrebljavana dva termina »seoski« i »ruralni«<sup>113</sup>. Polemisalo se i o terminima »Farmerski turizam«, »Zeleni turizam«, »Eko turizam«, »Agroturizam« i sl.<sup>114</sup>.

Analiza sličnosti i razlika brojnih vidova turizma vezanih za ruralna područja podložna je nedoumicama i zahteva veliki oprez. Seoski turizam podrazumeva pored prostorne i komercijalne, kao temeljnu socio-

---

<sup>111</sup> Kalezić, D., Perišić, Z., Batanica, D. (2001): *Besede Nobelovaca*, KUD Diogen, Beograd.

<sup>112</sup> Održan je 2003. godine u Španiji u Andaluziji u mestu Haen.

<sup>113</sup> Veće Evrope je 1986. godine ruralni turizam definisalo kao turizam koji obuhvata sve aktivnosti u ruralnom području u kojima turisti učestvuju. Najvažnije karakteristike takve forme turizma su mirna i očuvana životna sredina, odsustvo buke, komunikacija s domaćinima, domaća hrana, upoznavanje seljačkih poslova i dr. (Štetić, S., 2007.)

<sup>114</sup> Štetić, S., (2007), *Posebni oblici turizma*, autorsko izdanje, Beograd

ekonomsku komponentu. Ruralni prostor može biti samo ruralni i divlji, bez naselja i ljudi, nenaseljen, dok selo podrazumeva infra i suprastrukturu, stanovništvo, podrazumeva život. Život na selu uvek je zavisio od poljoprivrede. Bez obzira što neki autori poistovećuju ruralni i seoski turizam, ipak postoje razlike, bez obzira što je svako selo vezano za nekakav ruralni prostor. «Poljopriveda i šumarstvo koriste najveći deo zemljišta u ruralnim prostorima i imaju ključnu ulogu u upravljanju prirodnim resursima i određivanju ruralnog pejzaža. Poljoprivreda i turizam obezbeđuju socio-ekonomski razvoj ruralnih područja i potpuno ostvarivanje njihovih potencijala, te su platforma ekonomske diversifikacije u ruralnim zajednicama»<sup>115</sup>.

U ovom delu istraživanja, akcenat je stavljen na agroturizam kao sgement ruralnog turizma, sa ponudom generisanom na vremenu provedenom na farmi, boravak u starim kućama, kampovanje, istraživanja etnografskih vrednosti i sticanje novih saznanja vezanih za kulturnu baštinu domicilnog naroda. Sve aktivnosti koje uključuje ponuda ruralnog turizma mogu da budu sastavni deo u ponudi agroturizma.

Vojvodina na primer, poseduje značajne poljoprivredne površine, tragove kulture raznih naroda i narodnosti koji su tokom istorije egzistirali na prostoru Vojvodine, što je interesantno za turiste. Pored toga, u Vojvodini je nezagađena prirodna sredina, kao preduslov za proizvodnju biološki kvalitetne hrane koja može da se služi u ambijentu autentične seoske sredine<sup>116</sup>.

## 2.1 Razvojni aspekti agroturizma

U koliko se radi o kvalitetnom organizovanju razvoja agroturizma, ekonomski efekti su višestruki. Kod sagledavanja ekonomskih efekata agroturizma posebno je interesantan input-output odnos na nivou lokalne zajednice. Skoro svi inputi angažuju se u lokalnoj zajednici, dok se outputi realizuju takođe tu, ne transportuju se ili izvoze bilo gde. Svi prihodi ostaju lokalnoj zajednici, privreda jača. Ako se na odgovarajući način angažuju lokalni resursi, mogu se očekivati dobri rezultati. Sve što

---

<sup>115</sup> Todorović, M., Štetić, S., (2009), *Ruralni turizam*, Geografski fakultet, Beograd.

<sup>116</sup> Dobar primer za to je Salaš 137 u blizini Novog Sada na kome može da se uživa u domaćoj hrani i piću uz autentični ambijent i lokalnu Vojvođansku etno muziku. Salaš 137 je već afirmisan po ovako koncipiranom načinu svoje kuhinje i društvenog života.

je potrebno za kompletiranje ponude (što traže turisti), ima lokalna zajednica.

Osim činjenice da se poljoprivredni proizvodi prodaju stranim turistima po cenama koje su znatno više od izvoznih, bitno je što do realizacije dolazi u zemlji proizvodnje, te se eliminišu, transportni troškovi, i protekcionističke barijere na stranim tržištima. Razni vidovi uvoznih kvota, visoki standardi, zdravstvene i ekološke podobnosti, rigorozna kontrola kvaliteta itd., se eliminiše putem realizacije poljoprivrednih proizvoda kroz turističke usluge.

Izgrađeni objekti (počev od starih kuća, salaša, sojenica i sl.) su dobra smeštajna ponuda autentičnog ambijenta. Ekonomski objekti na farmama, kao deo infrastrukture za proizvodnju hrane, svakako su važan deo suprastrukture.

Razvojni aspekti turizma s jedne strane, i poljoprivrede s druge strane, generišu njihovu kompleksnu međuzavisnost.

Turizam, kao privredna delatnost ili model ekonomskog razvoja, se razlikuje od proizvodnih delatnosti, posebno industrije. Razlike leže u činjenici da proizvodne delatnosti generišu razvoj proizvođači nove vrednosti, a turizam podstiče razvoj kroz potrošnju tih vrednosti.

U razvijenim privredama se apostrofira prednost usluga nad proizvodnjom, ističući da su savremene privrede-uslužne privrede. Problemi daljeg razvoja tih privreda su u potrošnji, a ne u proizvodnji, odnosno u mogućnosti prodaje proizvedenog. Upravo, činjenica da turizam omogućava prodaju proizvedenih vrednosti kroz turističko tržište, potvrđuje razvojnu funkciju turizma. Razvojni aspekti turizma utemeljeni su na kompleksnoj međuzavisnosti turističke potrošnje i brojnih proizvodnih delatnosti. To ukazuje da se turizam ne može izučavati niti se može njime upravljati kao strogo definisanom samostalnom delatnošću ili privrednom granom u okviru nacionalne privrede. «Turizam je kompleksna pojava, a njegove razvijene funkcije brojne i isprepletene. Upravljati takvom pojavom na nacionalnom ili regionalnim nivoima, zahteva sofisticirana umeća i široka interdisciplinarna znanja»<sup>117</sup>.

Prirodno-geografski položaj i ostali faktori u vezi s njim, predodređuju poljoprivredu i turizam kao osnovne delatnosti, glavne stubove i nosioce ukupnog razvoja privrede. Nisu retka razmišljanja, da su razvoj ruralnog turizma i pravilan odnos čovjeka prema prirodi, jedan od načina

---

<sup>117</sup> Dulčić, A., (2001): *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, str.5.

povezivanja ove dve delatnosti. Međutim, ruralni<sup>118</sup> turizam je samo jedna od direktnih korelacija poljoprivrede i turizma.

U Mađarskoj se termin »seoski turizam« odnosi samo na usluge i aktivnosti realizovane na selu, dok se u Finskoj ili Hrvatskoj-Istra pod ruralnim turizmom podrazumeva iznajmljivanje starih kuća sa mogućnošću sopstvene priprme hrane. Slovenci i Holandjani pod ruralnim turizmom podrazumevaju turističke aktivnosti na porodičnim farmama, dok Grci kao glavni proizvod ruralnog turizma navode usluge prenoćišta u tradicionalnim sobama i obrokom domaće hrane.

Ekoturizam, sa svim pozitivnim aspektima<sup>119</sup>, direktno je uslovljen zdravom sredinom i zdravom hranom. Posebno mesto zauzima heterogena autohtona flora i fauna. Pravilna i ekonomski isplativa valorizacija vrednosti flore i faune u sinergijskom razvoju poljoprivrede i turizma, zahteva i angažovanje stručnog i ekološki obrazovanog kadra. U saradnji sa lokalnim stanovništvom, ovaj kadar bi obezbedio očuvanje prirodne sredine, dok bi neposredni boravak turista u prirodi uticao na stvaranje i produbljivanje opšte ekološke svesti. Dugoročno to bi omogućilo širenje pravilnog odnosa ljudi prema njihovom okruženju.

«U vreme `masovnog turizma` jedna od odrednica je: kompatibilna interakcija turističke ekonomije (svi segmenti nacionalne ekonomije) i poljoprivrede. Te interakcije su (kvantitativno) veoma impresivne i (kvalitativno) veoma bitne za razvoj»<sup>120</sup>.

Proizvodnja zdrave hrane rešava niz nedoumica i problema okrenutih prirodi, brojnih vidova turizma (etički, zeleni, ruralni i odgovorni turizam). Višestruka analiza, s aspekta ekonomije, geografije, agronomije i sociologije, potvrđuje zdravu hranu i vodu kao primarni element razvoja predhodno navedenih vidova turizma, istovremeno kvalifikujući ih kao integralne segmente agroturizma.

Koncept održivosti takođe podrazumeva povezivanje poljoprivrede i turizma. Turizam je suštinski vezan za prostor, održiv turizam za održivi prostor, održivi agroturizam za održivu poljoprivredu, a ova opet za

---

<sup>118</sup>Grč. agros; lat. ager; zatim, lat. rus i ruralis; fr. touriste; eng. touring.

<sup>119</sup>Insistiranje na očuvanju ili nenarušavanju prirodne sredine; brži tempo razvoja (poslednjih godina) u odnosu na ostale tradicionalne vidove turizma; zatim, angažovana sredstva i prihodi (uložena sredstva u ekoturizmu za period od pet godina 1993. do 1998. na svetskom nivou kretala su se od 10 do 20 biliona dolara). (Williams, A.M, 1988:35).

<sup>120</sup> Vukićević, M. (1979): *Poslovno povezivanje poljoprivrede i turizma*, Zbornik stručnih i naučnih radova, Turizmologija, Beograd, str.25.

zdravu sredinu-prostor. Ove dve delatnosti povezuje neraskidiva «međuodrživost» preko zdrave hrane. Zdrava hrana može se proizvoditi samo u zdravoj životnoj sredini. Interesne sfere-tačke su da turizam radi na edukovanju turista u smeru agroturizma-zdrave hrane, zdravog života, s druge strane poljoprivreda da radi na održivom razvoju, održivoj poljoprivedi. Međuzavisnost, u smislu obostrane uslovljenosti poljoprivrede i turizma, mnogo je jača, dublja i šira, od samog ruralnog ili nekog sličnog vida turizma.

Nije dobro u analizi međuzavisnosti turizma i poljoprivrede, kao glavnu dodirnu tačku isticati samo ruralni ili seoski turizam. Preko proizvoda za ishranu, preko ekonomskih podsticaja, svaki oblik turizma u suštini, povezan je sa poljoprivredom<sup>121</sup>.

---

<sup>121</sup> Kongresni turizam, npr. sa svim svojim aspektima, bez obzira na kom nivou je organizovan i gde (npr. Švajcarska) preko ekonomskih podsticaja i životnih namirnica-hrane povezan je sa poljoprivredom.

Tabela br.14 Dolasci i prihodi od turizma u svetu 2016-a

Međunarodni Dolasci	Mil.	Prihodi	Mld. \$
Francuska	82,5	SAD	150,9
SAD	75,6	Španija	60,6
Španija	75,3	Velika Britanija	55,5
Kina	59,2	Nemačka	52,1
Italija	52,3	Francuska	50,8
Velika Britanija	35,8	Kina	44,4
Nemačka	35,5	Italija	40,3
Meksiko	35,0	Australija	34,5
Turska	30,2	Turska	26,7
Ukrajina	18,9	Austrija	19,2
Srbija*	1,2	Srbija	1,5

*Izvor: International tourism, number of arrivals,  
[https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?view\(08.08.2018\)](https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?view(08.08.2018))*

Turizam, kao masovna pojava i jedna od vodećih delatnosti u svetu (po broju učesnika i ostvarenom prometu na globalnom nivou, je na trećem mestu), u direktnoj je korelaciji sa poljoprivredom. Prema statističkim podacima, prihodi od inostranog turizma u svetu 2006. godine iznosili su 735.000 mil. \$, ili dnevno 1.304 mil. \$. U turizmu je zaposleno 260 mil. ljudi. Od 100 zaposlenih uopšte, od turizma u Francuskoj živi 6 ljudi, Portugalu i Austriji 7, Švajcarskoj 9, Španiji 11, Grčkoj 12 i Austriji 15.

Analitičari turizma predviđaju da će 2030. godine udeo onih koji kao turisti putuju u strane zemlje u odnosu na ukupan broj svetskog stanovništva dostići 14.1%, što teško može zabeležiti bilo koja druga delatnost. Pored svih promena koje se odvijaju u svetu turizam je sa 10,5% učestvovao u ukupnom bruto nacionalnom dohodku na globalnom nivou i 12,5% u svetskom izvozu 2006. god. Prema procenama Svetske turističke organizacije ukupni inostrani turistički promet u svetu 2010. godine iznosio je jednu milijardu turista, dok bi 2020. godine dostigao 1,56 milijardi stranih turista.



Ako pogledamo prognoze UNWTO međunarodna turistička putovanja će porasti sa 842 miliona 2006. godine na 1,6 milijardi 2020. godine<sup>122</sup>. Tada će putnici trošiti preko dve hiljade milijardi dolara i time učiniti turizam vodećom svetskom industrijom. Ova predviđanja su zasnovana na godišnjoj stopi rasta od 4,3% za putovanja i 6,7% za troškove.

Prvorazredno pitanje daljeg uspešnog razvoja privrede Vojvodine, jeste pitanje obima i načina investiranja u poljoprivredu i turizam. Dobar model ili način efikasnog povezivanja ove dve delatnosti u cilju razvoja privrede Vojvodine, jeste agroturizam. Koncept javno-privatnog partnerstva (posebno kada je u pitanju izgradnja infra i suprastrukturnih objekata i sistema neophodnih agroturizmu) sudeći po primerima u svetu, imao bi poseban značaj kod investicijskih ulaganja u Agroturizam Vojvodine. Kod ovog modela važno je da privatni partner preuzima na sebe rizik projektovanja, rokova i troškova gradnje, kao i samog funkcionisanja u ugovorenom roku. Vlada Johna Major u Britaniji među prvima primenjuje ovaj model u gradnji Britanskog Veleposlanstva u Berlinu, ili podzemne železnice u Londonu i sl. Nizozemska čak i transakcije u zemljišno-knjižnim sektorima radi po ovom modelu. U Nemačkoj se 40% javnih investicija radi po modelu javno-privatnog partnerstva. Portugal i Irska su modelom javno-privatnog partnerstva izgradili veći deo infrastrukture<sup>123</sup>.

## 2.2 Uzajamnost razvoja poljoprivrede i turizma

U ekonomskoj teoriji, posebno u teoriji privrednog razvoja, poznato je kakve sve efekte turizam može imati na celokupnu privredu. Pozitivni efekti turističke potrošnje na poljoprivredu naročito su izraženi kod inostranog turizma. Novac koji strani turisti troše u jednoj zemlji ima multiplikatorsko dejstvo, generirajući višestruke efekte na GDP i zaposlenost. Potrošnja stranih turista izaziva inicijalni impuls kojim počinje multiplikatorska sekvenca. Ova potrošnja predstavlja prelivevi dohodak iz inostranstva, koji protiče kroz niz delatnosti i grana, sve dotle dok se ne odlije u inostranstvo, po osnovu uvoza roba i usluga, ili se pretvori u domaću štednju<sup>124</sup>. Posredni ekonomski efekti turizma

---

<sup>122</sup>Ako zanemarimo poremećaje na globalnom nivou tipa: terorizma, cunamija, ptičijeg gripa, virusa sars i sl.

<sup>123</sup> Marenjak, S., Skenderović, V., *Javno-privatno partnerstvo u hrvatskoj*, Nacional, br. 555. Septembar, 2006, str.20-23.

<sup>124</sup> Stevanović, S., Tomić, D., Milanović, M. (2005): *Neki ekonomski aspekti razvoja turizma i poljoprivrede u Srbiji i Crnoj Gori*, Zbornik radova „Ekonomska politika u

ispoljavaju se preko razvoja drugih privrednih delatnosti koje su u funkciji turističke potrošnje. Ekonomski rezultati turističkog prometa u visokom stepenu se izražavaju u razvoju saobraćaja, trgovini, proizvodnom zanatstvu i uslužnim delatnostima. Rast proizvodnje i usluga u prometnim delatnostima rezultira na bazi rasta tražnje i prometa posredstvom turizma i ugostiteljstva. Preko turističke potrošnje se uvećavaju ekonomski efekti i rast u ukupnoj privredi. Od svih direktnih efekata, daleko najznačajniji je devizni ili platnobilansni efekat turizma. Kada je poljoprivreda u pitanju ovom efektu se mora posvetiti posebna pažnja. U ekonomskoj teoriji dobro je poznat fenomen tzv. "nevidljivog izvoza", izvoza kroz pružanje usluga stranim turistima.

Turizam se razvija pod uticajem i kao rezultat ukupnog privrednog razvoja i rasta produktivnosti rada. Pored toga, neke privredne delatnosti značajno utiču na razvoj turističke privrede, njenog prometa i potrošnje. I turizam povratno utiče na razvoj privrednih oblasti, pre svega na poljoprivredu i prehrambenu industriju. Turistički promet, a posebno inostrani turizam odražava se na razvoj poljoprivrede i njenih prerađivačkih industrija.

Kod analize uzajamnosti razvoja turizma i poljoprivrede, treba poći od sledećih mogućnosti:

- a) **prva**, da istovremeno postoje povoljni uslovi za razvoj turizma i poljoprivrede u turističkim mestima;
- b) **druga**, da postoje povoljni prirodni i drugi uslovi za razvoj turizma, dok su uslovi za razvoj poljoprivrede nepovoljni;
- c) **treća**, da postoje povoljni prirodni uslovi za razvoj intenzivne i raznovrsne poljoprivredne proizvodnje, dok su uslovi za razvoj turizma relativno skromniji ili nepovoljni, i
- d) **četvrta**, da su istovremeno nepovoljni prirodni i drugi uslovi, kako za razvoj poljoprivrede, tako i za razvoj turističke privrede.

U prvom slučaju, objektivno je očekivati da se između ovih privrednih oblasti može ispoljiti visok stepen međusobne uzajamnosti. Ovde spadaju turistička mesta koja svoje potrebe za poljoprivredno-prehrambenim proizvodima mogu obezbediti preko povećane proizvodnje u lokalnim okvirima ili u područjima koja su blizu ili dobro povezana sa turističkim mestima. Značajan uticaj na razvoj poljoprivrede može imati deo banjskog turizma ukoliko su turistička mesta u blizini poljoprivrednih zona ili su sa njima komunikacijski dobro povezana. Ovo je karakteristično skoro za sva turistička mesta u Vojvodini i značajan broj mesta u Centralnoj Srbiji.

Širenjem turističkih kapaciteta, posebno u ruralnim sredinama, stvaraju se povoljni uslovi za razvoj seoskog turizma prvenstveno za odmor, rekreaciju, zdravstvenu rehabilitaciju, sportske aktivnosti i dr. Pogodnosti za seoski turizam naročito postoje u brdskim i nižim planinskim područjima.

*U drugom slučaju,* turistička destinacija utiče na dodatnu tražnju za poljoprivredno-prehrambenim proizvodima. Deficit poljoprivrednih proizvoda rešava se uvozom iz područja u kojima je razvijena poljoprivreda, a nema uslova za razvoj turizma (slučaj 3). Turistička tražnja će uticati na ponudu poljoprivrednih proizvoda, a što to će se odraziti na ukupan razvoj tog područja. Ona utiče i na promenu strukture zaposlenosti, u samom regionu gde se turistički kapaciteti nalaze, i u regionima odakle potiče hrana koja se realizuje kroz turističku ponudu. Razvoj turizma u određenom području dovodi do pada agrarne zaposlenosti, dok u ostalim, koja proizvode hranu za zadovoljenje turističke tražnje, zaposlenost u poljoprivredi raste. U mestima turističke destinacije stanovništvo dobija nove mogućnosti za zapošljavanje i sticanje višeg dohotka nego u poljoprivredi. Za turistička područja svojstven je drastičan pad agrarne zaposlenosti. Zato je sasvim opravdano smatrati turizam jednim od najadekvatnijih rešenja problema agrarne prenaseljenosti, daleko efikasnijim od industrijalizacije. Razvoj turizma u određenim regionima apsorbuje viškove seoske radne snage, bez pritiska na gradove i bez niza nepovoljnih socio-ekonomskih i ekoloških posledica koje ubrzana industrijalizacija može doneti. Ako je, pak, prisutna depopulacija i starenje sela, što je slučaj i u Vojvodini, (Tabela 2) razvoj turizma takođe može pomoći u rešavanju ovog problema.

U mestima sa povoljnijim prirodnim uslovima za razvoj turizma (slučaj 2), a koja se karakterišu po relativno nerazvijenoj ili nedovoljno razvijenoj poljoprivredi, turistička potrošnja može uticati na razvoj poljoprivredne proizvodnje. U ovu grupu spadaju nisko planinska turistička mesta, područja, jezera i banjski kapaciteti. Nezagađena prirodna sredina predstavlja komparativnu prednost ovih područja za proizvodnju poljoprivredno-prehrambenih proizvoda koji mogu predstavljati specijalnu turističku ponudu.

Posebno je značajan uticaj inostrane turističke potrošnje ukoliko se može obezbediti optimalna snabdevenost poljoprivredno-prehrambenim proizvodima. Ona omogućava izvoz poljoprivrednih proizvoda u okvirima lokalnog turističkog prometa. Efekti plasmana poljoprivrednih proizvoda kroz izvozne kanale i plasman u lokalnim okvirima preko inostrane

turističke potrošnje ispoljavaju se u odnosu 1:10. Kod nekih poljoprivrednih proizvoda ovaj odnos može biti još povoljniji u korist inostrane turističke potrošnje. Plasman poljoprivredno-prehrambenih proizvoda kroz inostrani turizam nema inostranu konkurenciju. Kroz inostrani turizam se troše poljoprivredno-prehrambeni proizvodi koji bi se teško mogli plasirati na probirljivom inostranom tržištu.

Zanimljiva su mesta u kojima se može ostvariti intenzivna poljoprivredna proizvodnja u funkciji snabdevanja razvijenih turističkih mesta. U ovim zonama veća je ponuda poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Međutim, da bi se plasirali viškovi poljoprivrednih proizvoda iz ovih područja na domaćem i inostranom tržištu, ili turističkim mestima u drugim područjima, neophodno je razviti i organizovati savremeno tržište. Putem moderne trgovine, ambalaže, saobraćaja, ovi proizvodi se mogu plasirati, i u dosta udaljenim turističkim destinacijama.

### **2.3 Agroturizam Vojvodine: karakteristike i specifičnosti**

Jednostavno, koncept agroturizma podrazumeva dve grupacije ljudi. Oni koji dolaze u posete (treba im prirodna sredina, doživljaj, spoznaja drugih kultura i sl.) i onih koji ih primaju u posetu (motivisani zaradom). Obe strane u cilju zadovoljenja sopstvenih potreba, zajednički provode neko vreme na poljoprivrednom gazdinstvu baziranom na vrednostima: prirodno-geografsko okruženje; etnografske i ostale kulturne antropogene vrednosti; poslovi i druge aktivnosti domaćina i aktivnosti u kojima žele i mogu aktivno učestvovati posetioci: poslovi u vinogradu, pripremanje hrane na tradicionalan način-ognjište, sač, verige, vađenju vode iz bunara, jahanje na konjima, kupanja u reci ili kanalu, šetnje u netaknutoj prirodi, doživljaj susreta sa raznim životinjskim vrstama ili jednostavno pasivno učestvovanje-ne raditi ništa što radi seosko stanovništvo, a biti prisutan i emocionalno uživati.

Predpostavlja se da se prvi koraci seoskog turizma u Evropi, pojavljuju na području Francuske početkom XX veka, spontanim odlascima stanovništva iz industrijalizovanih sredina na selo vikendom. S obzirom na tadašnja prevozna sredstva i infrastrukturu, ovi odlasci su bili skromnih dometa-udaljenosti. Stanovništvo na seoskim područjima, u to vreme nije imalo mnogo slobodnog vremena ni prostora za prijem ovih posetilaca ali ipak, s obzirom da se radilo većinom o rodbinskim vezama, obezbeđivalo je smeštaj. Dakle, nije bilo nikakvih strategija, zakona ili

zaključaka vlade. Počelo je zahvaljujući privatnim inicijativama i na strani tražnje i na strani ponude.

Kao sledeća faza razvoja seoskog turizma (sredina pedesetih godina XX veka), uzima se organizovani pristup migracijama stanovništva iz fabrika na seoska imanja u Francuskoj. Francuska 1955. godine, formira organizaciju za planiranje i razvoj seoskog turizma „Gites de France“, danas najmasovniju organizaciju ovog tipa u Evropi. Postoje tvrdnje da je i Evropska federacija seoskog turizma, koja okuplja više od 25 organizacija iz raznih zemalja, dobila ime po francuskoj organizaciji.

Šezdesetih i sedamdesetih godina XX veka dolazi do fokusiranja razvoja turizma na selu ka poljoprivredi, ka agroturizmu. Migracije stanovništva sa seoskih područja, uslovile su da se prihodi od strane posetilaca ne daju seoskoj zajednici već poljoprivrednicima.

Osamdesetih i devedesetih godina XX veka počinje organizovanje pristupanje države ovim procesima kroz fondove i programe LIDER-1 i LIDER-2, uz velike debate da li ove nove razvojne trendove u ruralnim sredinama definisati kao seoski turizam ili agroturizam. Međutim, sve debate bilo za agro ili seoski turizam imale su isti cilj, a to je razvoj seoskih sredina. Ako je poljoprivreda kao temeljna delatnost koja je generisala razvoj ruralnih zajednica, izgubila tu poziciju, onda je sigurno danas vraća u svetlu agroturizma.

Šanse agroturizma Vojvodine sazdane su u novim svetskim trendovima turizma kroz sofisticiranu tražnju. U prvoj dekadi XXI veka intenzivirana je turistička tražnja okrenuta upravo agroturizmu: doživljaji i emocije na selu, shvatanje i razumevanje druge kulture, aktivno učestvovati i doživeti običaje sredine i dr.

Potencijalno dejstvo potrošnje stranih turista na privredu Vojvodine, pre svega poljoprivredu je značajno zbog male uvozne zavisnosti turističke privrede. Stoga se može očekivati da će svaki dolar povećane potrošnje stranih turista, kod nas imati daleko duže dejstvo, te će kroz više transakcija opticati u domaćoj privredi. To je posebno važno, ukoliko je reč o potrošnji stranih turista za hranu i piće, proizvoda koji su u visokom procentu domaći, proizvedeni bez uvoznih inputa. Međutim, mora se imati u vidu da sve manji deo rashoda turista odlazi na hranu i piće. Svedoci smo stalnog pada značaja ishrane u turističkoj ponudi. Ova pojava će se reperkutovati i u našim uslovima, doduše u nešto sporijem obliku. Razlog za ovakvu konstataciju leži u činjenici da je kvalitetna, visokovredna, i prirodno proizvedena hrana, važna komparativna

prednost privrede Srbije. Ukoliko zvanična administracija bude potencirala ovu prednost, multiplikatorski efekti stranog turizma na rast GDP će biti veći, znatno iznad efekata koji bi se ostvarivali kroz saobraćaj, noćenja i dr.

Tabela br. 15. Opštine i naselja u Vojvodini sa negativnim prirodnim priraštajem

Naselja i opštine	1993. godina		2003. godina	
	ukupno	%	Ukupno	%
<b>Opštine</b>	45	-	45	-
Sa neg. prir. Priraštajem	43	95,6	45	100
<b>Naselja</b>	466	-	467	-
Sa neg. prir. Priraštajem	353	75,8	411	88,0
<b>Gradska naselja</b>	52	-	52	-
Sa neg. prir. Priraštajem	38	73,1	50	96,2
<b>Ostala naselja</b>	414	-	415	-
Sa neg. prir. Priraštajem	315	76,1	361	87,0

Izvor: Statistički godišnjak Srbije, RZS, Beograd, 2011.

Po popisu iz 2002. godine, u Vojvodini je živelo 2.031.992 stanovnika, od čega 984.942 muškog i 1.047.050 ženskog stanovništva u 709957 domaćinstava, sa prosečnom gustom naseljenošću od 94 stanovnika/km<sup>2</sup>. Radno aktivnog stanovništva bilo je 912.800, od čega 530.197 muškaraca i 382.603 žene. S ličnim prihodom bilo je 408.999, a izdržavanih 382.603 lica. Poljoprivrednog stanovništva bilo je 215.147 svega, od toga 125.506 aktivnog i 89.641 izdržavanog. Kod demografskog faktora Vojvodine i njegovog značaja u razvoju agroturizma u budućnosti, pažnju privlači kretanje prirodnog priraštaja (Tabela br. 15).

U posmatranom periodu (1993-2003. godina) podaci ukazuju na negativnu dinamiku kretanja prirodnog priraštaja po opštinama i naseljima. Negativna dinamika je posebno izražena kod gradskih naselja, gde se broj gradskih naselja sa negativnim prirodnim priraštajem povećao sa 38 u 1993. na 50 u 2003. godini, što je 96,2% u odnosu na ukupan broj gradskih naselja u 2003. godini.

Tabela br. 16. Naselja prema tipu i promenama broja stanovnika u periodu 1991-2002. godina

Naselja	Ukupno		Pad broja stanovnika		Porast broja stanovnika		Bez promena broja stanovnika	
	Broj	%	Broj	%	Broj	%	Broj	%
Gradska	52	100	21	40,4	31	59,6	-	-
Ostala	415	100	260	62,7	154	37,1	1	0,2
Ukupno	467	100	281	60,2	185	39,6	1	0,2

Izvor: Statistički godišnjak Srbije, RZS, Beograd, 2011.

Navedeni podaci su prikazani i prema tipu naselja (Tabela br. 16). U periodu (1991-2002. godine), preko 40% gradskih naselja imalo je tendenciju smanjenja broja stanovnika. U ovom periodu, procesom pražnjenja u Vojvodini je obuhvaćeno preko 60% od ukupnog broja naselja. Imajući u vidu negativnu stopu prirodnog priraštaja u Vojvodini zabeleženu u navedenom periodu, procesom pražnjenja će biti zahvaćen sve veći broj naselja.

Kao nepovoljnosti ili prepreke razvoju agroturizma u Vojvodini mogu se istaći sledeće pojave: smanjenje broja stanovništva na nivou Vojvodine, izumiranje pojedinih seoskih zajednica, odlazak stanovništva ka gradskim naseljima (68,46% stanovništva Vojvodine živi u gradskim naseljima<sup>125</sup>) iz većine seoskih zajednica.

Po popisu 2011. godine Vojvodina je imala ukupno 1.931.809,00 stanovnika, od toga, u gradskim naseljima 1.146.731 i ostalim 785.078, dok je 2002 godine imala 2.031.992 stanovnika, tako da apsolutni pad/porast stanovnika za period 2011-2002 iznosi 100.183 stanovnika, index 2002=100 je 94,3.

Vojvodina kao i ostali deo Srbije ima problem sa negativnim prirodnim priraštajem stanovništva (tabela br. 17).

Tabela br. 17. Vitalni događaji na 1000 stanovnika u Srbiji 2017

	ŽIVOROĐENI	UMRLI	PRIRODNI PRIRAŠTAJ
<b>REPUBLIKA SRBIJA</b>	<b>9,2</b>	<b>14,3</b>	<b>-5,1</b>

<sup>125</sup> Statistički godišnjak Srbije, 2016, RZS.

SRBIJA-SEVER	9,8	13,5	-3,6
Beogradski region	10,7	12,4	-1,7
<b>Region Vojvodine</b>	<b>9,1</b>	<b>14,5</b>	<b>-5,4</b>
SRBIJA-JUG	8,5	15,1	-6,6
Region Šumadije i Zapadne Srbije	8,8	14,5	-5,7
Region Južne i Istočne Srbije	8,1	16,0	-7,8
Region Kosovo i Metohija	...	...	...

*Izvor: Republički zavod za statistiku Srbije, 2017*

Kada je reč o turizmu, turistički promet na nivou Vojvodine kao destinacije u periodu 2011 do 2015 ima dinamiku rasta, međutim, interesantno je da se jedna trećina prometa odnosi na Novi Sad glavni administrativni centar, što se može smatrati ograničavajućim faktorom, kada je u pitanju razvoj agroturizma.

Kad su u pitanju noćenja stranih turista, čak više od 50% noćenja se realizuje u Novom Sadu (tabela br. 18).



Tabela br. 18. Dolasci i noćenja turista period 2011-2015 u Vojvodini i Novom Sadu

VOJVODINA						
DOLASCI			NOĆENJA			
	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI
<b>2011</b>	289398	169401	119997	756723	478068	278655
<b>2012</b>	296360	173465	122895	758981	462672	296309
<b>2013</b>	347138	195281	151857	928606	554777	373829
<b>2014</b>	371490	202908	168582	929604	548866	380738
<b>2015</b>	413332	227291	186041	994314	583399	410951
NOVI SAD						
<b>2011</b>	106433	43422	63011	213549	70926	142623
<b>2012</b>	114013	48323	65690	231289	79845	151444
<b>2013</b>	122472	45869	76603	252717	83045	169672
<b>2014</b>	140746	53868	86878	287167	103893	183274
<b>2015</b>	151372	61489	89883	297097	113205	183892

*Izvor: Statistički godišnjak Srbije, 2016, RZS*

Osim navedenih negativnih pojava i faktora kao prepreka ozbiljnom razvoju agroturizma i turizma uopšte u Vojvodini, tu su svakako neizgrađena infra i suprastruktura, loš sistem obrazovanja kadrova za ovu oblast, te nedefinisanje mesta i uloge turizma kao privredne delatnosti u daljem ekonomskom razvoju Vojvodine.

## **2.4 Preporuke za razvoj agroturizma u Vojvodini**

Treba poći od realnosti, tj. od onih vrednosti koje Vojvodina poseduje za razvoj agroturizma. U kontekstu navedenog, podrazumeva se postavljanje jasnih i realnih zakonskih okvira i pravila, u skladu sa raspoloživom institucionalnom infrastrukturom, koja se moraju dosledno poštovati. Na osnovu utvrđivanja postojećeg stanja u privatnom sektoru, u smislu šta su pojedinci uradili u agroturizmu, čime raspolažu i šta nameravaju dalje raditi, neophodno je u skladu sa novim zahtevima prilagođavati postojeće kapacitete.

Izgradnjom jednostavne i lako primenljive zakonodavne regulative, država mora posebno povesti računa o bezbednosti i poreskim propisima u smislu fleksibilnosti i jednostavnosti. Tako bi se dodatno podržale privatne inicijative i slobode, a time i sužio prostor zbog nepreciznosti u raznim podzakonskim aktima. Ponekada je nepotrebno sve gurati u neke standarde i propise koji ograničavaju privatnu inicijativu. Turistima, ljubiteljima agroturizma, pored zdrave prirodne sredine i fizičkih aktivnosti, potrebna je izvorna autentičnost, originalnost, doživljaj i spoznaja. Potrebna im je emocija na salašu, staroj kolibi, čardi ili sojenici<sup>126</sup>. Očuvanjem i restauracijom etnografskih i ostalih kulturnih vrednosti sačuvala bi se autentičnost i izvornost koju turisti žele videti dajući za to novac. Poseban doprinos se očekuje od stručnog kadra na razbijanju zabluda da se sve po pitanju razvoja agroturizma može uraditi za kratko vreme<sup>127</sup>. Shodno postojećim anorganskim, organskim i antropogenim vrednostima, kao i geografskom položaju, Vojvodina može za dosta kraći period (5 do 10 godina) računati na ozbiljan razvoj agroturizma.

U Strategiji razvoja turizma Srbije za period 2016-2025, donete od strane Vlade RS novembra 2016. godine, dat je prikaz dolazaka i noćenja turista u Vojvodini, za 2006-u i 2015-u, sa umerenom i ambicioznom projekcijom rasta na osnovu podataka iz predhodne Strategije i podataka RZS, u odnosu na 2015-u godinu.

---

<sup>126</sup> Ako neko, smatra da može i hoće da organizuje smeštaj u staroj kući na zemljenom krevetu (krevet od posebne zemlje nabijene posebnom tehnikom, pravljen u kućama pre prvog svetskog rata, obično pored ognjišta, kuće nisu imale današnje plafone, samo drvene grede i krov većinom od slame) nikako ga nebi trebalo zakonskim procedurama sprečavati u tome.

<sup>127</sup> Francuska je prva na području Evrope, još pre šezdeset godina, ozbiljno započela sa razvojem agroturizma. Danas Francuska ima preko 70.000 smeštajnih jedinica organizovanih u raznim formama (od prenoćišta u seoskim sredinama i farmama do koliba sa cateringom u prirodi). Španiji je trebalo skoro 15 godina da organizuje ozbiljan nivo ponude u agroturizmu.

Tabela br. 19. Dolasci i noćenja turista u Vojvodini 2006 i 2015, sa projekcijama rasta

VOJVODINA					
Početno stanje 2006 i stanje 2015	Početno stanje 2006	2015	Razlika	Index 2006/2015	% rasta
<b>Broj dolazaka</b>	245.600	413.332	167.732	168	68
<b>Broj noćenja</b>	686.200	994.314	308.114	145	45
<b>Umerena projekcija rasta</b>					
	Procena	Stanje 2015	Razlika		
<b>Broj dolazaka</b>	917.000	413.332	-503.668	45	-55
<b>Broj noćenja</b>	3.209.500	994.314	-2.215.186	31	-69
<b>Ambiciozna projekcija rasta</b>					
	Procena	Stanje 2015	Razlika		
<b>Broj dolazaka</b>	1.099.500	413.332	-686.168	38	-62
<b>Broj noćenja</b>	3.484.400	994.314	-2.490.086	29	-71

Izvor: Strategija razvoja turizma 2016-2025, Vlada RS

Kao posledica svetske finansijske krize<sup>128</sup> u Vojvodini je u periodu 2009-2010-godine (grafikon br. 12), smanjen broj dolazaka i noćenja.

U odnosu na 2008. godinu<sup>129</sup>, broj dolazaka domaćih turista u 2010. godini smanjen je za preko 20%, a stranih za samo 1,5%. Broj noćenja domaćih turista u 2010. godini manji je za 15,2%, a stranih za 6,5% u odnosu na 2008. godinu.

Posledice svetske finansijske krize imale su znatno veće negativne efekte kod domaćih turista. To je posledica niskog standarda stanovništva Srbije. Svetska finansijska kriza samo je produbila već dugi niz godina prisutnu krizu u privedi Srbije.

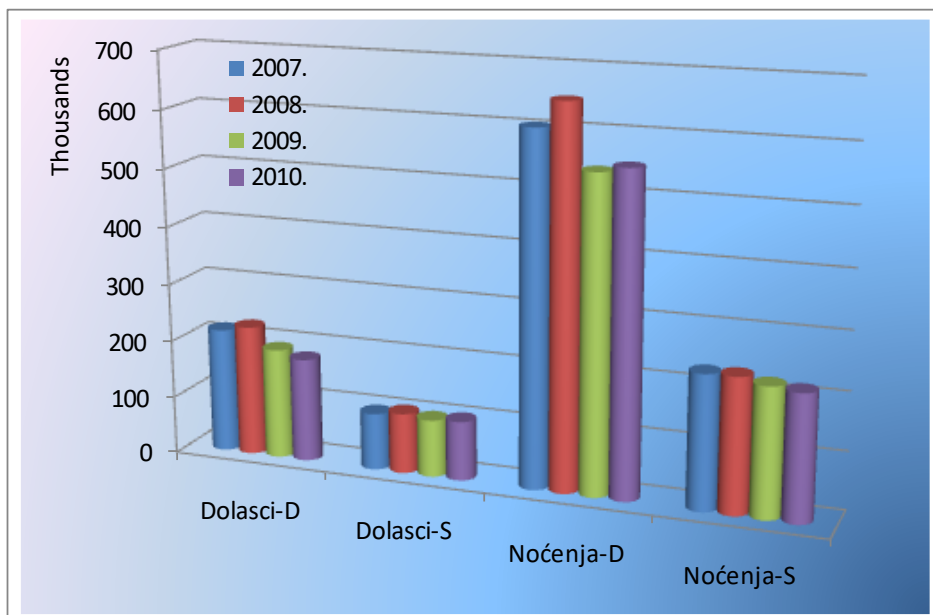
<sup>128</sup>U literaturi je poznato da je turizam kao privredna delatnost vrlo osetljiv na promene u životnom standardu stanovništva, ali i da među prvima pozitivno reaguje na rast životnog stadarda.

<sup>129</sup> Negativni efekti svetske finansijske krize u Srbiji su se osutili u drugoj polovini 2008. godine.

U 2009. i 2010. godini, zaustavljena je tendencija smanjenja broja dolazaka i noćenja stranih turista u Vojvodinu, što ne važi za dolaske i noćenja domaćih turista.

Naime, i dalje je prisutna tendencija opadanja broja dolazaka i noćenja domaćih turista. S obzirom na nivo GDP per capita u Srbiji, posebno ako se ima u vidu nivo GDP per capita u EU, u narednom periodu se ne može očekivati značajnije povećanje dolazaka i noćenja domaćih turista u Vojvodinu.

Grafikon br.12. Dolasci i noćenja turista u Vojvodini u periodu 2007-2010. godina



Izvor: Republički zavod za statistiku, Beograd.

Imajući u vidu ponudu u agriturizmu treba izbegavati opremanje objekata u stilu salonskih i konferencijskih rešenja. Pogrešno je nametanje mišljenja šta i kako da se radi, posebno kopiranje modela od drugih zemalja. Svaka zemlja ima različite prirodne i kulturne vrednosti, pa u skladu sa tim i odgovarajuću zakonsku regulativu. Standardima, posebno tuđim, nismo uništavati individualno, tradicionalno i autentično<sup>130</sup>. Ukratko, sprečiti uništavanje zdravog ruralnog od strane urbanog!

<sup>130</sup>Turisti ponekad hoće da vide i/ili nauče kako se gaje svinje na privatnim farmama, npr. u selu kod Zrenjanina, ili kako se konji i svinje hrane na Dunavskom ostrvu kod Krčedina na otvorenom prostoru.

Agroturizam treba da počiva na spoznaji da novac od posetilaca seoskim sredinama treba da se vrati seoskom stanovništvu. Ukoliko se dosledno primeni princip održivog razvoja agroturizma, ekonomski efekti su višestruki. Kod sagledavanja ekonomskih efekata agroturizma, posebno je interesantan input-output odnos na nivou lokalne zajednice. Skoro svi inputi angažuju se iz ili u lokalnoj zajednici, dok se outputi realizuju takođe tu, ne transportuju se ili izvoze bilo gde. Svi prihodi ostaju lokalnoj zajednici, lokalna privreda jača. Ako se pametno angažuju lokalni resursi, sve što je potrebno za kompletiranje ponude (što traže turisti) ima lokalna zajednica<sup>131</sup>.

Od nadležnih državnih i naučnih institucija se očekuje razbijanje predrasude da je agroturizam „milostinja nemanjena seoskom stanovništvu“, već zdrav razvoj i lep biznis.

## **2.5 Značaj kulture i ljudskog stvaralaštva za razvoj agroturizma**

Vrednosti kulture i ostalog ljudskog stvaralaštva čine beskonačni, neizmerni evolutivni mozaik, ali i tok, tj. "reku" bez izvora i ušća. Sve kulturne vrednosti Vojvodine predstavljaju njenuholističku sliku prema drugim narodima i drugim državama.

Poljoprivreda sa svim svojim tradicionalnim vrednostima i specifičnostima bez sumnje je integrativni element kulture. Sudeći po literaturi i naučnim konstatacijama teoretičara<sup>132</sup> poljoprivreda od najsitnijih do najkrupnijih svera razvojačovečanstva, predstavlja fundamentalnu delatnost ili polaznu osnovu ljudskog bitisanja.

Pisani tragovi svedoče da se privreda, još u drevnim vremenima, oko 6000.g.p.n.e, zasnivala na poljoprivredi, stočarstvu i trgovini. U vreme Grčkih gradova-država i Atenskoga carstva, te kasnije u doba Rima, osnovna privredna grana i Grčke i Rima bila je poljoprivreda<sup>133</sup>. Poznati Britanski ekonomista Malthus<sup>134</sup> rast i opstanak populacije, u svojim

---

<sup>131</sup>Svi objekti (počev od starih kuća, salaša, sojenica i sl.) su dobra osnova za turističku ponudu autentičnog ambijenta. Ekonomski objekti na farmama, kao deo infrastrukture za proizvodnju hrane, svakako su važan deo suprastrukture

<sup>132</sup> Vujović, S., (2007): *Agroturizam kao podsticajni faktor ekonomskog razvoja Vojvodine*, Ekonomika poljoprivrede. God. 54, br.2, str.215.

<sup>133</sup> Galbraith, J.K. (1995): *Ekonomija u perspektivi-Kritička povijest*, Mate, Zagreb, str.7.

<sup>134</sup> Malthus, T.R. (1798): *An Essay on the Principle of Population*, šesto izdanje, Ward Lock London, str.101.

naučnim analizama, dovodio je direktno u vezu sa poljoprivredom preko proizvodnje sredstava za život-hrane.

Sam Aristotel, (384-322 p.n.e) analizirajući suštinske kategorije ekonomije (vrednost, razmena, raspodela i sl.) i etike (moral, moralne norme i načela), nikada nije dovodio u pitanje temeljnu poziciju poljoprivrede. Sličan odnos, posle Aristotela kroz istoriju, imali su i poznati teoretičari ekonomije Smith, Ricardo, Marx, Keynes, Leontief i drugi<sup>135</sup>.

Međutim, bilo je i onih poput Humea (David Hume 1711-1776) koji su, govoreći o ekonomskom razvoju i manufakturnoj proizvodnji, stvarali nedoumice, tvrdnjama tipa »nije se mogao setiti niti jednog odlomka ma kojega antičkog autora u kojem bi se rast nekoga grada pripisivao uspostavljanju manufakture«<sup>136</sup>. Da li je u pravu<sup>137</sup>? U poljoprivredi i privredama uopšte, ljudski faktor ima nezamenjivu ulogu, ali stručan i obrazovan faktor, što potvrđuje genijalnost i vizionarstvo zagovornika obrazovanja kadrova.

Turizam je, kao jedna od vodećih<sup>138</sup> delatnosti u svetu, u direktnoj korelaciji sa poljoprivredom. S aspekta zdrave ishrane i zdrave prirodne sredine, tj. iskonske životne potrebe, preko zdravlja ljudi, može se reći, da je turizam životno zavistan od poljoprivrede. S druge strane, direktno ili indirektno podstiče prosperitet poljoprivrede i ekonomiju zemlje.

Sam termin agroturizam-upućuje na neraskidivu međuzavisnost turizma i poljoprivrede, bez obzira da li je ona organizovana po monofunkcionalnom ili profitnom modelu. Agroturizam se može se tumačiti na više načina. Najčešće to podrazumeva turizam usmeren na suštinska pitanja, zdravu ishranu turista i boravak u zdravoj sredini, kroz integralni razvoj poljoprivrede, uvažavajući aspekte održivosti.

Multifunkcionalnost i integralni razvoj poljoprivrede s jedne, i heterogenost zahteva ili želja s druge strane (strane turizma), uz

---

<sup>135</sup> Vujović, S., (2007): *Agroturizam kao podsticajni faktor ekonomskog razvoja Vojvodine*, Ekonomika poljoprivrede. God. 54, br.2.

<sup>136</sup> Galbraith, J.K. (1995): *Ekonomija u perspektivi-Kritička povijest*, Mate, Zagreb, str.7.

<sup>137</sup>Jeste rad motikom ili pletenje džempera manufaktura, ali je i rad na kombajnu, ili računaru, ili skeneru za magnetnu rezonancu u nekoj klinici, manufaktura na određeni način, ali znatno različita od prvih.

<sup>138</sup> Po broju učesnika i ostvarenom prometu na globalnom nivou, turizam je na trećem mestu

implementaciju principa antropocentrizma i ekocentrizma, čine njihovu povezanost veoma kompleksnom.

Interdisciplinarna analiza međuzavisnosti ove dve delatnosti (više turizma od poljoprivrede) profiliše agroturizam kao citadelu ukupnog turizma, koja ima bazu u poljoprivredi. Agroturizam usmerava ukupan agrokomples ka održivom razvoju, proizvodnju zdrave hrane i njen plasman na tržištu. Ne podstiče i podržava samo orijentaciju turističkih aktivnosti ka izvornom značenju pojma »agro« (grč. agros; lat. ager), već održivom integralnom razvoju sa primarnom poljoprivredom u središtu. Indirektno, preko koncepta integralnog razvoja poljoprivrede turizam se susreće sa nizom delatnosti povezanih sa agrobiznisom<sup>139</sup>.

»Pojmovi agrarno (poljoprivredno) i ruralno (seosko) preduzetništvo predstavljaju izvedene pojmove iz literature i prakse, modela multifunkcionalne poljoprivrede, odnosno, integralnog ruralnog i održivog razvoja poljoprivrede i sela razvijenih evropskih zemalja, posebno članica EU, za koji su se ove opredelile»<sup>140</sup>.

---

<sup>139</sup> Stefanović, I., Prokić, S., Vujović, S., (2012) *The Organizational Environment Dimensions Revisited: Analysis of the Contemporary Context*, Transformations in Business & Economics, Vol. 11, No1 (25), 2012. (p. 124-139).

<sup>140</sup> Milanović, R. (2006): *Agrarno i ruralno preduzetništvo u agrobiznisu Srbije i evropskim integracijama*, Ekonomika poljoprivrede, vol. 53, br.2, Beograd, str.56.

## Zaključak

U ekonomiji je opšte prihvaćen stav da su slobodno vreme i višak novčanih sredstava dva ključna preduslova za razvoj turizma. Ponuda i tražnja, kao ključni mehanizmi tržišta omogućavaju spoznaju specifičnih razvojnih aspekata turizma. Analiza ekonomskih zakonitosti, fenomena i paradoksa u turističkoj potrošnji objašnjava određene specifičnosti turizma koje konvencijalni mehanizmi tržišta ne tretiraju.

Ponašanje potrošača na turističkom tržištu uslovljeno je sadejstvom brojnih faktora čije delovanje se može objasniti zakonitim pojavama koje kreiraju kretanje turističke ponude i tražnje. Specifičnost današnje tražnje na turističkom tržištu ogleda se u njenom nevezivanju za određeno tržište. Zahvaljujući savremenim sredstvima komunikacije i prevoza, najudaljenije destinacije na zemlji su postale lako dostupne turistima koji poseduje novac. Među najpoznatijim analizama izuzetaka zakonitosti u potrošnji koje mogu da se primene i na turističku potrošnju su: Engelovi zakoni, Giffenov paradoks, Veblenov efekat i Kuznjecovljev fenomen. Analiza Maslovljeve teorije i Engelovih zakona, upravo potvrđuju tezu o uslovljenosti pojave i razvoja turizma, postojanošću i razvijenošću ekonomije, a posebno neke od specifičnosti tražnje.

Specifičnost turističke tražnje, za razliku od ponude i tražnje na ostalim tržištima, je njena preosetljivost. Zbog toga, za turističku tražnju važe ekonomski zakoni prilagodljivosti na dugi, trenutni i kratak rok. Istraživanja su pokazala da nije problem prilagođavanje turističke ponude na dugi rok, dok prilagođavanje na kratak, odnosno trenutni rok, posebno kod pojedinih proizvoda i usluga, prate veliki problemi. Brojni su faktori koji utiču na obim i intenzitet turističke tražnje. Specifičnost turističke tražnje implicira sve ove faktore, ali i niz ostalih. Izuzeci ekonomskih zakonitosti, efekti, paradoksi i fenomeni daju doprinos analizi njenog pojašnjenja.

Većita dilema između klasičnih ekonomista i marginalista: šta je presudno za cenu-cenu turističke usluge, da li faktori na strani ponude ili na strani tražnje, rešena je kompromisom, uvođenjem faktora vreme, pojašnjavajući tako njegov značaj u dugom, kratkom i vrlo kratkom roku.

Faktori „slobodno vreme i slobodni novac“ kao preduslov razvoju turizma, uslovljeni su osnovnim ekonomskim problemom „jaz između



neograničenih potreba i ograničenih mogućnosti“. Ovede se nameće pitanje šta je „slobodni novac“ ili posle zadovoljenja kojih sve potreba, ostatak novca se može smatrati slobodnim novcem. Međutim, može se pretpostaviti da je svako ko se pojavljuje u ulozi turista prethodno zadovoljio određene nivoe ili grupe potreba-egzistencijalne, sigurnosne i sl.

Osnovne faktore ekonomije: rad, zemlja i kapital, sa kasnije dodatim, takođe, kao osnovnim: informacija, vreme i prostor, turizam implicira kao osnovne faktore razvoja turizma, s tim da na prethodne-svih šest, turizam u prvi plan postavlja: čovjeka, kao nosioca slobodnog vremena i slobodnih novčanih sredstava, i nosioca razvoja.

Temeljna pitanja ekonomije: šta proizvoditi, kako i za koga, isti značaj i ulogu imaju i u turizmu-koja turistička dobra ili usluge proizvoditi, kojim tehnologijama i za koga (koja tržišta) proizvoditi.

Faktori koji utiču na ponašanje potrošača u turizmu kao subjekata potrošnje: potrebe turista, dohodak i cene, takođe, utiču na ponašanje svakog ekonomskog subjekta na tržištu. Potrošnja i ponašanje potrošača na turističkom tržištu uslovljeni su brojnim faktorima čije je uzajamno delovanje navelo ekonomske teoretičare na zaključke o postojanju zakonitih pojava koje kreiraju kretanja ponude i tražnje.

Neki od primera razvojnih aspekata turizma na svetskom nivou, ogleda se u prelivanju ličnih i, time i nacionalnih dohodaka između država, ali bez uobičajenih uvoznih-izvoznih dozvola, sporazuma ili dogovora vlada država, ili bilo kakve bilateralne saradnje. Npr., ako iz Mađarske 1000 turista potroši u Srbiji (svaki po 1000 \$) ukupno jedan milion \$, znači da se suma ličnih dohodaka od 1 miliona \$, mađarskih državljana prelila u Srbiju, u BNP Srbije.

Ovde je posebno interesantno šta je Srbija prodala za tih milijardu dolara. Prodala je, ili izvezla kod kuće, pored niza materijalnih dobara i usluga, i niz nematerijalnih vrednosti koje se nikako nemogu pakovati, standardizovati, niti na bilo koji drugi način izvoziti, što predstavlja specifičnosti svojstvene samo turizmu kao privrednoj delatnosti ili modelu ekonomskog razvoja.

Ekspanzija ekonomskih problema reflektovanih kroz prizmu finansija, upravo u razvijenim privredama, poprima sve veće razmere. Ako su svi finansijski centri moći, finansijske institucije i najnovije tehnologije kod razvijenih privreda sveta, postavlja se pitanje šta je uzrok ekonomske krize i zašto se pojavljuju finansijski problemi.

Svi moćni savezi i blokovske podele sveta (misli se pre svega na NATO i EU) na planetarnom nivou urušavaju se ili blaže rečeno traže rešenje ekonomskih problema po svaku cenu (otvarajući nove ratne sukobe). Velike korporacije nametnule su potpuno nov koncept uređenja društveno-ekonomskih odnosa, tzv. „korporatokratiju“. No, i korporatokratija je u problemima.

Shodno predhodno navedenom, jedna od specifičnih uloga turizma u kontekstu ekonomije jeste da neke od ozbiljnih problema planetarne ekonomije, vezane za demografski faktor (brojnost stanovništva, neravnomerna naseljenost, stope nataliteta, nivo i kvalitet obrazovanja), prirodni resursi (količine, odnos čovjeka prema resursima i eksploatacija), energija i hrana, pa sve do temeljnih tokova ekonomskog procesa, na specifičan način amortizuje i apsorbuje.

U koliko određena destinacija, zona ili regija poseduje kvalitetne anoraganske, organske i antropogene elemente, uz logistiku države, tehnosvere i institucija sistema, turizam je svakako delatnost koja omogućava privredni razvoj i uključivanje u međunarodnu podelu rada. Rast i razvoj turizma na planetarnom nivou, nezamisliv je bez novih tehnologija, s jedne strane, dok s druge strane, potrošačka (ili ekonomska) komponenta turizma podstiče razvoj ekonomije (odvijanje ekonomskih procesa). Ukratko, znanja je najvažniji faktor, ne samo za razvoj turizma, već sveukupnog razvoja i napredka društva.

Finansijski centri moći diktirajući promene međunarodnih ekonomskih odnosa, pretvaraju turizam u specifičan svetski pokret ne dozvoljavajući više pojedinim zemljama da samostalno kreiraju politiku razvoja turizma. Realnost, da je ipak industrijski razvijeni svet trkom za profitom po svaku cenu (uništavajući i zagađujući osnovne prirodne elemente: vazduh, vodu, tlo, klimu, itd.) upućen na nerazvijene (one zemlje koje imaju zdrave predhodno pomenute elemente) daje određene šanse nerazvijenim u budućnosti.

Zemlje koje poseduju uslove za razvoj turizma (imaju prirodne elemente i uslove) i stručne kadrove, novcem međunarodnih finansijskih institucija mogu finansirati razvoj sopstvenog turizam. Jasno je da će “centri moći” odlučivati i o raspodeli ostvarene dobiti, ali nerazvijeni će izbeći sudbinu deponija nuklearnog i ostalog otpada, izbeći ratove, epidemije, eksperimentisanje raznoraznim bolestima, itd.

Razvoj turizma se vezuje za određeni prostorni okvir u kome se resursi nalaze, te se stoga mnogo više vezuje za lokalni i regionalni, nego za

globalni nivo. Turistička delatnost je deo privrednog sistema i stoga je pod uticajem globalnih procesa, ali se njena specifičnost prevashodno ogleda u pomenutoj vezanosti za niže prostorne okvire. Turistički proizvod isporučuje upravo lokalna i regionalna sredina, u kojima se prelamaju globalni uticaji. U tom kontekstu, cilj sprovedenog istraživanja, jednim delom prikazanog u ovoj studiji, jeste da da doprinos svim subjektima (privatnim i državnim) u smislu kakve su i koje mogućnosti razvoja turizma u Zapadnoj Srbiji u budućnosti.

Za navedeni deo istraživanja Zapadna Srbija je odabrana zbog turističke privrede, geografskog položaja i niza prirodnih i antropogenih vrednosti koje poseduje, dok je Vojvodina odabrana kao region sa velikim potencijalima za razvoj turizma oslonjenog na „agroruralni razvoj“. Pored ostalog, ova dva regiona izabrana su i zbog suprotnih reljefnih oblika, ravnica i planine, zatim, političko-bezbednosnih aspekata (Zapadna Srbija je najmanje ugrožen deo Srbije, dok je u Vojvodini prisutan ekstremistički element i pretenzije EU.

Analize i istraživanja primene teorije multiplikatora u turizmu, pokazuju da novac ostvaren prodajom turističkih usluga stranim turistima, cirkuliše u privredi zemlje domaćina, praveći dodatne efekte za privredu, čak u 13 do 14 transakcija, pre nego nestane posredstvom uvoza proizvoda ili usluga iz te zemlje. Teorijske aspekte «multiplikatora»<sup>141</sup> tj. multiplikativnih efekata turizma na privredu, Clement je analizirao na primeru sedamnaest zemalja Pacifika i Bliskog istoka. Ovaj autor je empirijski utvrdio da prihodi odstvoreni prodajom usluga i roba stranim turistima, u toku jedne godine prođu 5-6 transakcija i da se obrnu 3 do 3,5 puta.

Višestruki ili multiplikativni efekti turizma na ekonomski razvoj Zapadne Srbije, mogu se sagledati posredstvom turističke potrošnje.

Koeficijent multiplikacije, koji pokazuje broj obrta prihoda od stranih turista u toku jedne godine, direktno zavisi od većeg broja faktora kao što su: nivo razvijenosti domaće privrede, raspoloživost domaćih proizvoda za zadovoljenje potreba stranih turista, obim izdataka lokalnog stanovništva za putovanja u inostranstvo, kao i ukupna novčana masa koja se izvlači iz prometa i deponuje kao lična štednja građana. Ova poslednja karakteristika je tipična za turizam. Radi se o tome da privatna

---

<sup>141</sup>Osnovne aspekte multiplikatora u ekonomiji postavio je nobelovac Paul Samuelson 1939. godine, mada je Kahn, R.F. još 1931. govorio o ulozi multiplikatora u ekonomiji, a Keynes, J.M. ih je kasnije obrazlagao.

domaćinstva (koja učestvuju u zadovoljenju potreba stranih turista) jedan deo ostvarenog prihoda od stranih turista (nedozvoljeno naplaćuju u stranoj valuti) izvlače iz prometa i zadržavaju u obliku kućne štednje. Zbog toga, prilikom utvrđivanja multiplikativnih efekata prihoda od stranih turista u konkretnoj analizi, treba uzeti u obzir samo ukupan iznos izdataka (za uvezene proizvode i plaćene usluge) koji služe direktno za zadovoljenje potreba stranih turista, jer po tom osnovu dolazi do odliva deviza iz zemlje, kao i povlačenja deviznih sredstava iz prometa od strane lokalnog stanovništva u obliku lične štednje deviza ili njihovog iznošenja u inostranstvo.

Turizam je jedna od najosetljivijih delatnosti u privrednoj strukturi i najpre reaguje na turbulencije na svetkom tržištu ili neke druge pojave (politička nestabilnost, sukobi, terorizam, itd.), ali turistički promet i prihodi od turizma se ne smanjuju, samo dolazi do promene pravaca turističkih kretanja i preraspodele prihoda od turizma.

Međutim, posmatrajući dinamiku i tok rasta međunarodnog turizma tokom poslednjih nekoliko decenija, ništa od tih negativnih uticaja nije drastičnije poremetilo tržište međunarodnog turizma što ukazuje da turizam može biti model ekonomskog razvoja i privrednog rasta.

Dakle, rezultati sprovedenog istraživanja potvrđuju da turizam u Zapadnoj Srbiji može biti vodeća privredna delatnost.

Kada je u pitanju značaj kulture i kulturnoistorijskih vrednosti za razvoj turizma, u jednom delu studije izloženo je istraživanje na primeru mogućnosti razvoja agroturizma u Vojvodini. Poznato je da su, kao temeljne vrednosti svih kultura i civilizacija od najranijih vremena do danas, mentifakta u istoj meri temeljne vrednosti neophodne razvoju agroturizma.

Veze između kulture i poljoprivrede od najstarijih vremena su direktne, linearno zavisne. Shodno njihovoj permanentnoj kompleksnoj međuzavisnosti, nameće se sledeće pitanje-generiše li kultura razvoj poljoprivrede ili obratno, poljoprivreda generiše razvoj kulture? Činjenica da agroturizam implicira poljoprivredu kao fundament sopstvenog bitisanja, daje odgovor na pitanje kakav uticaj ima kultura na razvoj agroturizma.

Materijalne i duhovne vrednosti, stvarane tokom duge evolucije vrlo često su zbog svog istorijskog i umetničkog značaja, unikatnosti i egzotičnosti, veoma atraktivne po samoj motivaciji. U tom pogledu mogu se istaći sledeće grupacije vrednosti: etnografske, arheološke, istorijske,

umetničke, urbanističke i tehničke. One imaju nezamenjiv suštinski uticaj na razvoj turizma pa i turizma Vojvodine. Iz domena materijalne tradicionalne kulture posebno se ističu: autentičnost nekadašnjeg načina življenja (salaši, stare kuće i ljetnikovci), narodna nošnja, proizvodi zanatstva i kućne radinosti, nacionalna ishrana itd. Od duhovnih tradicionalnih kulturnih vrednosti ističu se: folklor, muzika, jezik-govor, običaji, predanje, itd.

Bez obzira što je rani feudalizam u srednjem veku doprineo usporavanju (zaustavljanju) razvoja nauke i kulture, ipak je došlo do pojave renesanse. Stvarali su se uslovi za razvoj nauke. Ekonomski i kulturni napredak je išao dalje. Dakle, i danas, bez obzira na sve ekonomske probleme i posledice svetske ekonomske krize, razvoj poljoprivrede i turizma je neminovan.

Turistička ponuda zapadne Srbije i Vojvodine treba da bude prepoznatljiva. Zdravstveni, sportski, seoski, a posebno lovni i ribolovni turizam, pružaju velike mogućnosti za atipičnu, visoko diversifikovanu ponudu, u pogledu smeštajnih objekata, i ishrane u njima. Obično ovakva turistička ponuda podrazumeva više cene i omogućava efektivniju eksploataciju pozitivnih efekata turizma, iz čega sledi da je suština razvoja agroturizma u Vojvodini u odgovoru na pitanje kako se mogu iskoristiti raspoloživi potencijali međunarodnog turizma za aktiviranje sopstvenih razvojnih resursa.

## IZVORI I LITERATURA

1. Akvinski, T., (1981), *Izabrano djelo*, Globus, Zagreb.
2. Alfier, D. (1975): *Zaštita prirode u razvoju turizma*, Zbornik FTVT, Dubrovnik.
3. Armenski, T., (2014); *Uticaj imidža i ukupnog zadovoljstva u destinaciji na lojalnost potrošača u turizmu-primer Srbije*-doktorska disertacija-Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad
4. Bakić, O., (1993), *Marketing menadžment turističke destinacije*, Eko. Fakultet, Beograd.
5. Becker, S.G., (1993): *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. Chicago, University of Chicago Press
6. Belojević, G., (2008), *Ekologija*, Visoka zdravstveno sanitarna škola, Beograd
7. Bjeljajac, Ž., (2010): *Turističke manifestacije u Srbiji*, Geografski institut „Jovan Cvijić“, SANU
8. Bjeljajac, Ž., Romelić, J., (2015): *Turizam Vršaćkih planina*, Geografski institut „Jovan Cvijić“, SANU
9. Blagojević, N., (2015): *Analitičke karakteristike statističkog softvera SPSS kroz primer* (available: <http://www.vps.ns.ac.rs/SB/2008/3.21.pdf> 07.11.2015).
10. Bulent J.S.C., Ozer, O., Çaliskan, U., (2015); *The relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: a case of Kusadasi*, Turkey, (pp. 232-242), available <http://www.emeraldinsight.com/toc/tr/70/3> (27.08. 2015).
11. Butrovac, I., (2014); *Likert scale*, available, <http://www.scribd.com/doc/210936532/likertova-skala> #scribd (25.08.2015).
12. Bakić, O., i ostali (1999), *Osnove turizma sa osnovama ugostiteljstva*, Čigoja, Beograd, Srbija
13. Clement, H.G., (1961), *The Future of Tourism in Pacific and Far East*, Washington
14. Coase, H. Ronald, *The Problem of Social Cost*, Journal of Law and Economics, October 1960.
15. Cohen, A.G., (2000): *Karl Marx's Theory of History: a Defence*: (Oxford University Press, Oxford, 2000). European

Journal of Political Economy, Volume 18, Issue 2, June 2002, Pages 405–406

16. Crompton L. J. & McKay L. S., (1997): *Motives of visitors attending festival events*, Annals of Tourism research, 24 (2).
17. Čerović, S. (2003), *Menadžment u turizmu*, PMF, Novi Sad.
18. Čerović, S., (2002), *Strategijski menadžment turističke privrede Srbije*, Želnid, Beograd.
19. Čomić, Đ., (2003), *Razvoj ruralnog turizma*, Institut za geografiju, PMF, Novi Sad.
20. Čomić, Đ., i ostali, (2001), *Globalna fuga*, Đuro Salaj, Beograd
21. Dabić, D., *Arhitektura i urbanizam* br. 3, IAUS. Beograd, 1996.
22. David Hume (1994): *Political Essays*, Published by the Press Syndicate of the University Press.
23. Deretić, J. (2000): *Antička Srbija*, Jugo-Pirs, Temerin.
24. DFV, "Nachhaltige Entwicklung: Tourismus und Umwelt, Berlin, 2014.
25. Dinić, J., (1993), *Turistička geografija*, Ekonomski fakultet, Beograd.
26. Dragičević, A. (1983): *Leksikon političke ekonomije*, Informator, Zagreb.
27. Dragičević, M., i Radnić, A., (1989), *Dugoročni razvoj turizma i ugostiteljstva*, Institut za turizam, Zagreb
28. Dulčić, A., (2001): *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb.
29. Daković, V., (1992), *Antikapital*, Naučna knjiga, Beograd, Srbija
30. Đurašević S., (2010), *Osnovi turizma*, Univerzitet Metropoliten-Fakultet za strane jezike, Podgorica
31. Đuranović, M., i Radunović, M., (2011), *Analiza efekata turizma na BDP, zaposlenost i platni bilans Crne Gore*, Radna studije br. 20, Centralna Banka Crne Gore, Crna Gora
32. Elaković, S., (1989): *Sociologija slobodnog vremena*, Fakultet za turizam i slobodnu trgovinu, Dubrovnik.
33. Emerson, C., (1983), *Project Financing*, Financial Times Ltd, London.
34. Erbas, R., (1973), *Međunarodni turizam i privrede zemalja u razvoju*, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, p.3. (28.06.2017)
35. Fresco J.,: *Venus project*, <https://www.thevenusproject.com/the-venus-project/jacque-fresco/> (01.07.2017)

36. Frolov Daniil Petrovič (2011), *Teorija kriza posle krize-Tehnologija versus instituti*, Socijalna misao, br. 4/2011. Strana: 41, 51. Socijalna misao. Beograd.
37. Galbraith, J.K. (1995): *Ekonomija u perspektivi-Kritička povijest*, Mate, Zagreb.
38. Genadijevič Deljagin Mihail (2016), *Između istoka i zapada-ulazak u NATO je neohodna etapa pristupanja EU, obezbeđujući potčinjenost nacionalnih elita interesima SAD* <http://www.standard.rs/mihail-deljagin-izbor-izmedju-istoka-i-zapada-danas.html>, (10.02.2017)
39. Goldsmith E., and Mender J., (1996), *The Case Against the Global Economy: And for a Turn Toward the Local*, Sierra Club Books, San Francisco
40. Gunn, C., (1979), *Tourism Planing*, Crane Russak, New York.
41. Guzina, S., (2009), *Proviđenja Mata Glušca-baška čoeka*, Dis Publik, Beograd, Srbija
42. Habermas Jirgen, Der Špigel-Politika, 09.08.2013. str. 22.
43. Hamović, V., (2004), *Kvalitet usluga i zaštita potrošača u turizmu*, Besjeda, Banja Luka
44. Horner, S., Swarbrook, J., (2004), *International cases in tourism management*, Elsevier, London
45. Hovbaruer, H., (2004), *Osterweiterung-Vom Drang nach Osten zur peripheren EU-Integration*, Promedia Druch-und Verlagsges, m.b.h. Wien.
46. Hunziker, W., K. Krapf (1942): *The floor plan of Allgemaine Tourist teaching*, Zurich: Polygraphischer Publisher.
47. Ivošević, N. (1970), *Elektroenergetika, Institut za naučno tehničku dokumentaciju i informaciju*, Beograd.
48. Jahić, M., (1988), *Urbani vodovodni sistemi*, Udruženje za tehnologiju vode, Beograd
49. John Kenneth Galbraith (1995), *Ekonomija u perspektivi-Kritička povijest*, Mate, Zagreb.
50. Jovanović, P., (2001), *Međunarodno poslovno finansiranje*, Ekonomski fakultet, Beograd.
51. Kahn, R, F., *The Relation of Home Investment to Unemployment*, Economic Jurnal, June, 1931.
52. Kale, E. (1983): *Povijest civilizacije*, Školska knjiga Zagreb.
53. Kalezić, D., Perišić, Z., Batanica, D. (2001): *Besede Nobelovaca*, , KUD Diogen, Beograd.



54. Kamenov, Ž., Sladović, BF, Ajduković, M., (2006); *The development of scale in researching attitudes toward exclusion of children from families and foster care*, available, [https://www.google.rs/webhp?rct=j&gws\\_rd=cr&ei=4eXeVZHuEIHgsAHUnpbwAw#q=likertova+skala+5+stupnjeva](https://www.google.rs/webhp?rct=j&gws_rd=cr&ei=4eXeVZHuEIHgsAHUnpbwAw#q=likertova+skala+5+stupnjeva) (20.08.2015)
55. Karl Marx (1978), *Teorije o višku vrednosti-knjiga I*, Str: 387. Prosveta, Beograd
56. Koncul, N., (2012), *Wellness: A new mode of tourism*, Economics Research, Vol. 25, No. 2 jun 2012, p.503-534.
57. Kotler, Keller K. (2006), *Marketing menadžment*, Data status, Beograd
58. Krippendorf, J., (1975), *Die Lnadcschaftsfresser*, Hallwag, Bern.
59. Krippendorf, J., (1986), *Putujuće čovečanstvo*, Zavod za istraživanje tržišta, Zagreb.
60. Krsmanović, R., *Ocena ekonomičnosti ulaganja*, Poslovna politika br. 5/89
61. Karl Marks (1978), *Teorije o višku vrednosti-knjiga 2*, Prosveta, Beograd, Srbija
62. Li-Chang HSU, Chao-Hung WANG (2008); *Primijenjeni model multivarijantnog prognoziranja u turizmu*, Časopis Turizam, br. 56/2008
63. Lović, S., Bjeljac, Ž., Cvetković, M., (2012): *Turistička manifestacija „Dani šljive-šljivo moja“ u Blacu-Analiza geografskog porekla posetilaca i njihovih određenih demografskih karakteristika*, Geografski institut „Jovan Cvijić“ SANU, Beograd
64. Malthus, T.R. (1798): *An Essay on the Principle of Population*, šesto izdanje, Ward Lock London.
65. Marenjak, S., Skenderović, V., *Javno-privatno partnerstvo u hrvatskoj*, Nacional, br. 555. Septembar, 2006.
66. Marković-Denić, Lj., *Izvori varijabli i mogućnosti merenja*, available: <http://www.mfub.bg.ac.rs/dotAsset/36150.pdf> (08.11.2015).
67. Marx Karl (1993), *Grundrisse. Foundations of the Critique of Political Economy*. London: Penguin Books
68. *Master plan razvoja turizma Crne Gore*, Ministarstvo za turizam i Vlada Crne Gore
69. Milanović, B., (2016). *Globalna nejednakost*, Akademska knjiga, Novi Sad

70. Milanović, M.R. (2007), *Osnovi ekonomije*, Megatrend univerzitet, Beograd
71. Milanović, M.R. (2009), *Ekonomija prirodnih resursa*, Megatrend univerzitet, Beograd
72. Milanović, R. (2006): *Agrarno i ruralno preduzetništvo u agrobiznisu Srbije i evropskim integracijama*, Ekonomika poljoprivrede, vol. 53, br.2, Beograd.
73. Muratovic, L. (2013); *Socio-demographic variables as predictors of academic achievement motivation*, School vjesnik- Journal of pedagogical and educational issues, Vol.62 No.2-3 July 2013.
74. Marković, S. (1970): *Osnove turizma*, Školska knjiga Zagreb, Zagreb.
75. Maslow, A. H. (1979): *Motivacija i ličnost*, Nolit, Beograd
76. Nikolić, R., (2003), *Marketing logistika*, Grafomag, Beograd.
77. Norsiah, K., Mohd Zaini A.K., (2012), *Tourism and Economics Growth Malaysia: Evidence from Tourist Arrivals from ASEAN-5 Countris*, Economics Research, Vol. 25, No-4 decembar 2012, p. 1089-110.
78. Novović, M., Popović, J. (2015). *Rural tourism - the basis of rural areas development in the Republic of Serbia*, Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону, 289-291, Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, ЧТЕІ КНТЕУ, Чернівці, УКРАЇНИ.
79. Parasuraman, A., Grewal, D., Krishnan, R., (2007); *Marketing Research*, Houghton Mifflin Company, Boston.
80. Pejić, Ž., *Kvantitativne i Kvalitativne Metode*, available at <http://www.scribd.com/doc/75114473/Kvantitativne-i-Kvalitativne-Metode#scribd> (10.11.2015)
81. Pešić, R. (1996): *Turizam-vrhunski vid realizacije poljoprivrednih proizvoda*, Zbornik radova "Poljoprivreda i turizam Jugoslavije", Savez poljoprivrednih inženjera i tehničara Jugoslavije, Beograd.
82. Petrovečki, M., Bill-Zula, L. (2015); *Variables, measurement, data*, available, [http://mi.medri.hr/assets/P3\\_Mjerenje%20i%20prikupljanje%20po dataka.pdf](http://mi.medri.hr/assets/P3_Mjerenje%20i%20prikupljanje%20po%20dataka.pdf) (27.08.2015).
83. Pokrajčić, D., (1992): *Nobelova nagrada za ekonomiju za 1991. godinu: Ronald Kouz i koncept transakcionih troškova*, Ekonomski anali, 1992, vol. 36, br. 114, str. 106-114

84. Pol Krugman (1999): *The Spatial Economy – Cities, Regions and International Trade*, with Masahisa Fujita and Anthony Venables. MIT Press, ISBN 0-262-06204-6
85. Premović, J., Arsić, L.J., i Vujović, S., (2012). *Globalni strategijsko-razvojni aspekti turizma*. Majska konferencija o strategijskom menadžmentu, 25-27 maj 2012, Bor, Srbija. ISBN: 978-86-80987-96-5; Univerzitet u Beogradu–Tehnički facult y Bor, Bor.
86. Project Finance, April, 2000. (<http://www.people.hbs.edu/besty/projfinportal/books.htm>)
87. Randy, Charls Epping, (1992), *A Beginner`s guide to the world economy*, Vintage Books, Random House, Inc.
88. Ristić, Ž., (2001), *Menadžment znanja*, Etiketa, Boleč-Beograd
89. Robbins P.S., i Coulter M., (2005), *Menadžment (osmo izdanje)*, Data status, Beograd.
90. Roubini Nouriel (ed.), (2006), *New International Financial Architecture*, Edward Elgar Publishing
91. Ruso Žan-Žak (2011): *Društveni ugovor: o poreklu i osnovama nejednakosti među ljudima-rasprava o naukama i umetnosti*, Filip Višnjić, Beograd
92. Samuelson, P. (1969): *Ekonomija-uvodna analiza*, Savremena administracija, Beograd
93. Sarić, M. (1996): *Opšti principi naučno-istraživačkog rada*, IV izdanje, Institut za istraživanja u poljoprivredi, Beograd.
94. Söderberg, J., (2003): *Copyleft vs. Copyright: A Marxist critique*. Preuzeto sa sajta <http://firstmonday.org/article/view/938/860> , 26/04/03
95. Stanković, S. (1990), *Turizam u Jugoslaviji*, NIP Turistička štampa, Beograd, Srbija
96. Stanković, S., (2013): *Biseri Srbije*, Pravoslavna riječ, Beograd
97. Stefanović, I., Prokić, S., Vujović, S., (2012) *The Organizational Environment Dimensions Revisited: Analysis of the Contemporary Context*, Transformations in Business & Economics, Vol. 11, No1 (25), 2012. (p. 124-139).
98. Stevanović, S., Tomić, D., Milanović, M. (2005): *Neki ekonomski aspekti razvoja turizma i poljoprivrede u Srbiji i Crnoj Gori*, Zbornik radova „Ekonomska politika u 2006. godini“, Naučno društvo ekonomista, Ekonomski fakultet Beograd
99. Stewart, T. A. (1997), “*Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*” [http://hr.wikipedia.org/wiki/Intelektualni\\_kapital](http://hr.wikipedia.org/wiki/Intelektualni_kapital)

(08.09.2013).

100. Stiven, D.L., and Stiven, Dž. D., (2006), *Откачена економија* (превод са енглеског Александра Чабраја), Моно и Мањана, Култура, Бачки Петровац, Србија

101. Strategija razvoja turizma Srbije 2016-2025, Vlada RS, oktobar 2016, <http://mtt.gov.rs/download/3/strategija.pdf> (01.07.2017)

102. Samuelson, P. (1969): *Ekonomija*, Savremena administracija, Beograd.

103. Šakotić-Kurbalija, J., (2013); *Povezanost kvaliteta bračnog odnosa sa sociodemografskim varijablama*, Savremeni trendovi u psihologiji, str. 181-182, Novi Sad: Filozofski fakultet

104. Štetić, S., (1999), *Turistička geografija*, Savezni centar za unapređenje hotelijerstva–ugostiteljstva, Beograd

105. Štetić, S., (2007), *Posebni oblici turizma*, autorsko izdanje, Beograd

106. Štetić, S., Vujović, S., Šimičević, D., i Janković, D.: *The importance of business tourism to national economies in transition: The case of Serbia*, TTEM-Technics Technologies Education Management, Vol.7, No.4, 2012. ISSN: 1840-1503

107. Thomas Robert Malthus (1890), *An Essay on the Principle of Population*, šesto izdanje, London, Ward, Lock.

108. Todić D., i Vukosavić, V., (2002), *Environmental Law (Serbia and Montenegro)*, International Encyclopedia of Laws, Suppl. 37, Monograph; Kluwer Law International, The Hague, London, New York, 2002. 120 p., Serbia and Montenegro

109. Todorović, M., Štetić, S., (2009), *Ruralni turizam*, Geografski fakultet, Beograd.

110. Topuzović, M., Ostojić, A., (2003), *Autohtona flora-osnova razvoja ruralnog turizma*, PMF Kragujevac.

111. Toynbee, A.J. (2000): *Spartanci*, Književna reč, Beograd.

112. Unković, S., (2001), *Kina u svjetskom turizmu*, Čigoja, Beograd.

113. Uravić, L. (2005): *Marketing agroturizma Hrvatske i Istre*, Turizam, br. 9, PMF, Novi Sad.

114. Vasović, M., Jovičić, Ž., (1982): *Važnije turističko geografske regije Evrope*, Rad, Beograd.

115. Vujaklija, M. (1983): *Leksikon stranih reči i izraza*, Prosveta, Beograd.

116. **Vujović Slavoljub** (2008): *Materijalna osnova turizma - monografija*, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd.
117. **Vujović Slavoljub** (2003): *Culture and Creativity in the Management Process*, Management, No 30, vol. VIII. 2003
118. **Vujović Slavoljub** (2004), *Mogućnosti finansiranja materijalne osnove novih turističkih destinacija sredstvima međunarodnih finansijskih organizacija*, Naučno-stručni časopis Turizam, br. 8, YU ISSN 1450-6661. Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, PMF, Novi Sad, str: 93-96.
119. **Vujović Slavoljub** (2005), *Troškovi stvaranja materijalne osnove u novim turističkim destinacijama*, Naučno-stručni časopis Turizam, br. 9.
120. **Vujović Slavoljub** (2006): *Knić kao potencijalna destinacija seoskog turizma*, Ekonomika poljoprivrede, vol. 53, br. 3.
121. **Vujović Slavoljub** (2007): *Agroturizam kao podsticajni faktor ekonomskog razvoja Vojvodine*, Ekonomika poljoprivrede. God. 54, br.2.
122. **Vujović Slavoljub**, Cvijanović Drago, i Štetić Snežana, (2012), *Destinacijski koncept razvoja turizma*. Monografija. Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd. CIP-NBS 338.48-4. ISBN 978-86-6269-015-9. COBIS.SR-ID 194847756. Str. 225
123. **Vujović Slavoljub**, Ćurčić, N., Miletić, V., (2016): *Impact of tourism on roundabout of economic process*, Ekonomika Poljoprivrede Vol. LXIII, N<sup>1</sup> (1-352) 2016, YU ISSN 0352-3462. UDC: 338.486.1.02.
124. **Vujović Slavoljub**, Janković, D., Štetić, S., Šimičević, D., i Premović, J.: *Economisc evaluation of the external effects of cultural heritage as a developmental environment of agro-tourism (Vojvodina sample)*, TTEM- Technics Technologies Education Management, Vol.7, No. 4, 2012. ISSN: 1840-1503
125. **Vujović Slavoljub**, Jovanović, Z., (2012): *Development of tourism in western serbia*. International Scientific Meeting „Sustainable agriculture and rural development in terms of the republic of Serbia strategic goals realization within the danube region“ – preservation of rural values. Institute of agricultural economics, Belgrade, Serbia. ISBN 978-86-6269-018-0. Tara, 06-08. december 2012. godine. Page 1442-1461.
126. **Vujović Slavoljub**, Macura, R., Spajić, J., (2011), *Razvojni aspekti turizma (Opština Knić)*, Ekonomika poljoprivrede,

specijalni broj Vol. LVIII, CB/SI-1. 2011. Str: 42. Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd

127. **Vujović Slavoljub**, Premović, J., Grujić, B., (2014): *Kadrovi u turizmu-specifičnosti obrazovanja kadrova za turizam*, Ekonomski vidici, Godina XIX, br. 4/2014. ISSN 0354-9135; UDC-33. COBISS.SR-ID 116154887. Društvo ekonomista Beograda, Beograd

128. **Vujović Slavoljub**, Spajić, J., Vukosavljević, D., (2011), *Anatomizovanje turističke tražnje u svjetlu ekonomskih zakonitosti, fenomena, efekata i paradoksa u potrošnji*, Ekonomika Poljoprivrede, br. 4/2011 (58) 4 (str:563-576), Srbija

129. **Vujović Slavoljub**, Stefanović, I., Vučurović, S., (2009). *Konfliktnost ciljeva kao problem korporativnog upravljanja sa aspekta stakeholder koncepta*, UDC:631.528.6. Ekonomika poljoprivrede, br. 2/2009. UDC: 338.43:63; YUISSN 0352-3462. Str: 265-273. Beograd.

130. **Vujović Slavoljub**, Stevanović, S., Petrović, D., (2010). *Negativni efekti stranih direktnih investicija-iskustva nekih zemalja*, Ekonomika poljoprivrede. God./Vol. LVII, br. 2/2010. Beograd. UDC: 338.43:63; YU ISSN 0352-3462. Beograd. (Str.175-192).

131. **Vujović Slavoljub**, Vujić, N., i Deretić, N., (2015), *Povezanost reklamnih poruka i korišćenja bankarskih usluga*, Međunarodna naučna konferencija „Mediji i ekonomija“, International Scientific Conference, Media and Economy, 15. septembar, 2015, BLC, Banjaluka, 2015.

132. **Vujović Slavoljub**, Vujić, N., i Deretić, N., (2015a), *Istraživanje uticaja socio-demografskih karakteristika stanovništva na razvoj turizma (primer: Srbija)*, XI Međunarodni simpozijum istraživanja i projektovanja za privredu, Mašinski fakultet, Beograd

133. **Vujović Slavoljub**, Vukosavljević, D. (2013): *Problemi ekonomije u svjetlu disproporcije razvoja tehnokonomske i socioekonomske svere*, Treća Internacionalna naučna konferencija, Decembar 6.-7.2013. god. „EKONOMIJA INTEGRACIJA“–ICEI 2013 Znanjem od recesije ka prosperitetu, Univerzitet u Tuzli, Ekonomski fakultet.

134. **Vujović Slavoljub**, Vukosavljević, D., Beljac, Ž. (2014): *Finansiranje turističke delatnosti*, Zbornik Geografskog instituta “Jovan Cvijić”, SANU, br. 2/2014, Beograd.

135. **Vujović Slavoljub** (2010), *Menadžment*, Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd. CIP-Narodna biblioteka Srbije, Beograd.
136. **Vujović Slavoljub** (2015), *Ekonomika turizma*, Beogradska poslovna škola-visoka škola strukovnih studija, Beograd.
137. Vukićević, M. (1979): *Poslovno povezivanje poljoprivrede i turizma*, Zbornik stručnih i naučnih radova, Turizmologija, Beograd.
138. Weaver, D., Lawton, L., (2008), *Menadžment u turizmu*, Data status, Beograd
139. Williams, A.M. (1988): *Tourism and Economic Development*, Belhaven, London.
140. World Tourism Organization (UNWTO). (2008). *UNWTO Annual Report 2008*. Madrid, Spain: UNWTO.
141. World Tourism Organization (UNWTO). (2009). *UNWTO Annual Report 2009*. Madrid, Spain: UNWTO
142. WTTC Tourism Research, 2010.
143. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., (2003), *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the firm*, McGraw-Hill, 2003
144. Zvonarević, M. (1978), *Socijalna psihologija*, Školska knjiga, Zagreb.
145. Žegarac, Z. (1998), *Infrastruktura*, Geografski fakultet, Beograd.

#### ELEKTRONSKI IZVORI

- <http://www.dasoertliche.de/Themen/Fuchs/Lindau.html>
- <http://www.unwto.org>
- <https://books.google.rs/books?id=askof1rHGvsC&pg=PA207&lpg=PA207&dq=Kondratjev+> (04.08.2015)
- <http://www.unUNWTO.org> (12.12.2017)
- [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/111020-rapport\\_vellas\\_en.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/111020-rapport_vellas_en.pdf) (07.08.2016)
- <http://www.dasoertliche.de/Themen/Fuchs/Lindau.html>
- <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/europelcu2018.pdf> (08.08.2018), Travel & Tourism economic impact 2018 Europe.

## O AUTORU

U zvanju naučnog savetnika stalno zaposlen u *Institutu društvenih nauka* (Institut od nacionalnog značaja za RS) u Beogradu.

Rođen 1967. godine u Zasadu, Istočna Hercegovina, Republika Srpska. Osnovnu i srednju školu završio je u Trebinju.

*Diplomirao je i magistrirao na Ekonomskom fakultetu 2000. godine, Univerziteta u Beogradu, i doktorirao na Prirodno-matematičkom fakultetu 2005, Univerzitet u Novom Sadu.*

*Državni-stručni ispit za rad u državnim organima, položio u Ministarstvu Pravde Republike Srbije u Beogradu, decembra 1996. godine.*

Od novembra **1994.** do marta **2002.** godine radio u *Republičkoj upravi javnih prihoda Republike Srbije* u Beogradu na odgovornim i rukovodećim poslovima. Od marta **2002-e** do oktobra **2009.** godine radio u prosveti; od oktobra **2009.** do aprila **2023.** radio u *Ekonomskom institutu* u Beogradu.

Član je uređivačkog odbora časopisa *Industrijski i poslovni menadžment (International Journal of industrial and business management)*, član uredništva časopisa *Biznis i menadžment (Editorial Board Member by Journal of Business and Management Sciences)*, zatim, član Naučnog društva *Agrarnih ekonomista Balkana*, član *Društva ekonomista Beograda* i član *Udruženja* i član *Upravnog odbora turizmologa Srbije.*

Takođe, bio član *Borda direktora Ekonomskog instituta u Beogradu*, *Direktor za naučnoistraživački razvoj*, *predsednik Naučnog veća instituta* i član *Izdavačkog saveta* i *Redakcionog odbora časopisa vodećeg nacionalnog značaja-Industrija.*

Do sada je objavio *jednu monografiju, tri udžbenika i dve skripte autorski*, zatim, *dve monografije i tri udžbenika koautorski kao prvi autor.*

U međunarodnim i domaćim časopisima, objavio više od stotinu radova.

Autor je učestvovao u radu brojnih međunarodnih naučnih skupova i konferencija, bio mentor i član komisije za desetak doktorskih disertacija, zatim, bio predsednik i član, više organizacionih i naučnih odbora-naučnih konferencija i skupova.

Povremeno objavljuje priloge kod *Iskre-svijetle strane svijeta* i *Nauka i kultura.*



CIP - Каталогизација у публикацији  
Народна библиотека Србије, Београд

338.485

ВУЈОВИЋ, Славољуб М., 1967-  
Turizam u svetlu ekonomije : monografija / Slavoljub M.  
Vujović. -  
Beograd : Ekonomski institut, 2018 (Beograd : Elite prin).  
- 156 str. :  
graf. prikazi, tabele ; 25 cm

Tiraž 100. - Napomene i bibliografske reference uz tekst. -  
Bibliografija:  
str. 145-155.

ISBN 978-86-7329-116-1

а) Туризам - Економски аспект

COBISS.SR-ID 270254860