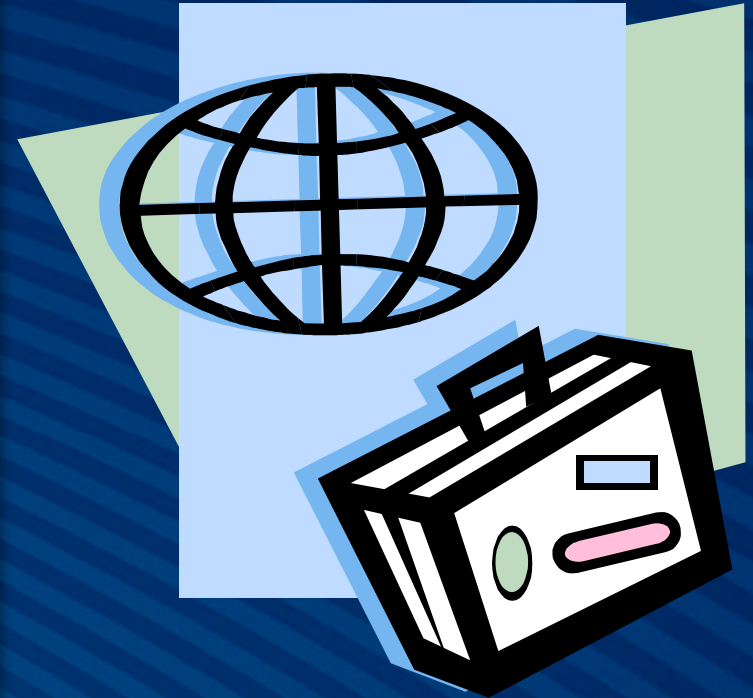


ВИСОКА ПОСЛОВНО ТЕХНИЧКА
ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА
УЖИЦЕ

Предмет:
**УВОД У
ТУРИЗАМ**

мр Радомир Стојановић

2015 година



ЗАШТО ИЗУЧАВАТИ
ТУРИЗАМ КАО ДЕЛАТНОСТ?

КОЈЕ СУ **СПЕЦИФИЧНОСТИ**
ТУРИЗМА КАО ДЕЛАТНОСТИ
У ОДНОСУ НА ОСТАЛЕ ДЕЛАТНОСТИ,
РАЧУНАЈУЋИ И УСЛУЖНИ СЕКТОР?

КАКО ДА СЕ ПРИВУКУ ТУРИСТИ У
УСЛОВИМА ИЗРАЖЕНЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ ?

САВРЕМЕНИ ТУРИЗАМ У СВЕТУ:

9% ОД УКУПНОГ БДП У СВЕТУ
9% СВИХ РАДНИХ МЕСТА У СВЕТУ
6% СВЕТСКОГ ИЗВОЗА

1,138 МИЛИЈАРДИ МЕЂУНАРОДНИХ
ДОЛАЗАКА (2014)

1,159 МИЛИЈАРДИ ДОЛАРА ПРИХОДА ОД
МЕЂУНАРОДНОГ ТУРИЗМА (2013)

ТУРИЗАМ ЈЕ:

- САМОСТАЛНА ПРИВРЕДНА ДЕЛАТНОСТ
- ГЛОБАЛНА ПОЈАВА
- ДЕО УСЛУЖНОГ (ТЕРЦИЈАЛНОГ) СЕКТОРА

- **ПРЕСТИГАО ПО ЗНАЧАЈУ** НАФТНУ И
АУТОМОБИЛСКУ ИНДУСТРИЈУ



- ВРЛО **ПЕРСПЕКТИВНА** ДЕЈАТНОСТ



–ИМА БРЗ, СТАБИЛАН И СТАЛАН РАСТ И
РАЗВОЈ ИЗ ГОДИНЕ У ГОДИНУ

–ЗА МНОГА НЕРАЗВИЈЕНА ПОДРУЧЈА
(државе, регије, градове и села):
РЕАЛНА ШАНСА И “СПАС”,
НАЈВАЖНИЈИ ИЗВОР ПРИХОДА,
“НЕВИДЉИВИ ИЗВОЗ”,
ФАКТОР ЕКОНОМСКЕ И СОЦИЈАЛНЕ
СТАБИЛНОСТИ И ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА

УСЛУЖНИ СЕКТОР:

битна одредница савремене економије и
савременог друштва уопште

“услужно друштво”,

“услужна економија”

“постиндустријско друштво”,

“нова економија”

учешће услужног сектора % % % % % % %

у структури БДП (оквирно)
свет 64%, ОЕЦД 70%, ЕУ 73%

у структури привреде

Свет	пољопр. 6%	индустр. 31%	услуге 64%
ЕУ	пољопр. 2%	индустр. 25%	услуге 73%
Р. Србија	пољопр. 8%	индустр. 31%	услуге 61%

у укупном броју запослених

Р. Србија 59%

ВАЖНО У ТУРИЗМУ!!!!!!!
ВЕЛИКА УЛОГА ЖИВОГ РАДА
НЕЗАМЕНЉИВОСТ ЉУДСКОГ ФАКТОРА

КАКО
ТУРИСТИ ЗАДОВОЉАВАЈУ (РЕЛИЗУЈУ)
СВОЈЕ ПОТРЕБЕ И ЖЕЉЕ?

НЕ

КУПОВИНОМ ФИЗИЧКИ ОПИПЉИВИХ
ПРОИЗВОДА (РОБА)

ВЕЋ

КОРИШЋЕЊЕМ ОДРЕЂЕНИХ УСЛУГА



ГОСТОПРИМСТВО / ИЗУЗЕТНА УСЛУГА сличности и разлике !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

- **гостопримство**: посебно важно, искрено, интимно, пријатељско, непосредно
- **изузетна услуга**: професионална, научена, важбана, осмишљена

гостопримство јесте део услуге
али не и њен једини део

УСЛУГЕ У ТУРИЗМУ

није: само обилност и разноврсност понуде
јесте: **квалитет** који се пружа

није: ШТА
јесте: **КАКО**



фокус: креирање **ИЗУЗЕТНЕ** услуге

зашто **ИЗУЗЕТНА** услуга?

задовољан гост = лојалан гост

лојалан гост: више троши, долази поново,
препоручује носиоца понуде

већи број гостију: **већа и зарада**

ШТА ЈЕ **ОСНОВНИ ПРЕДУСЛОВ** ЗА ТУРИСТИЧКА КРЕТАЊА ?

СЛОБОДНО **ВРЕМЕ**



СЛОБОДНА **НОВЧАНА** СРЕДСТВА



НАСТАНАК И РАЗВОЈ ТУРИЗМА

НАСТАО ЈОШ У **АНТИЧКО** ДОБА
НАСТАО ТЕК **СРЕДИНОМ 19 ВЕКА**

”КЛАСИЧНА” ПОДЕЛА НА:

1) **ТУРИЗАМ ПРИВИЛЕГОВАНИХ КЛАСА**

антика, робовласништво, феудализам, средина 19 в;
ходочашћа,
рехабилитација, термални извори,
јавне приредбе,
светилишта,
Олимпијске игре,
“повратак природи” ...

НАСТАНАК И РАЗВОЈ ТУРИЗМА

2) ЕПОХА САВРЕМЕНОГ ТУРИЗМА

од средине 19 века до данас,
железница-Томас Кук, 1841 година,
путовања око света, посете светским изложбама...
развој потпуно нових туристичка места,
масовност,
оснивање друштвених туристичких организација,
оснивање туристичких агенција

ПРВА ЕТАПА: средина 19 века- први светски рат

ДРУГА ЕТАПА: између два светска рата

ТРЕЋА ЕТАПА: од другог светског рата до данас

НАСТАНАК И РАЗВОЈ ТУРИЗМА

ТРЕЋА ЕТАПА: од другог светског рата до данас:

а) фаза масовног туризма (“фордизам”)

б) фаза “пост-фордизма” (“меки, одрживи, нови...)

а) **омасовљење** туристичких токова

концепт “боравак на сунцу+ песак+ плажа” (3 S)

релативно **ниске цене** пакет аранжмана

једноставни и **униформни пакет аранжмани**

ефекти на бази **економије обима**

захтеви потрошача: једноставни

пораст стандарда и дискреционог дохотка

експанзија хотелских и авио компанија, као иТА

до: средина 80 година прошлог века

НАСТАНАК И РАЗВОЈ ТУРИЗМА

б) од: средине 80 година прошлог века (оквирно!!!!!!!!!!!!!!)
криза концепта масовног туризма
промене у захтевима туриста
тражња је диференциранија него раније
тежња за: индивидуализацијом,
флексибилнијим коришћењем одмора,
квалитетнијим услугама,
ограничења у коришћењу простора (еколошка свест)
веће уважавање захтева туриста
нове технологије (интернет...)
захтеви за стручним и обученим кадровима
специјализација понуде

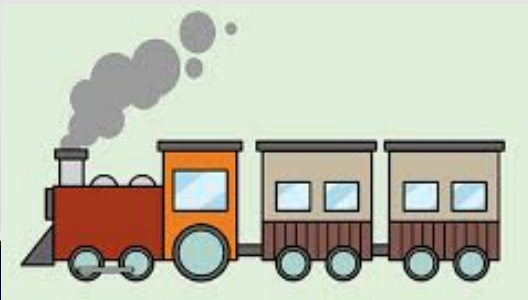
НАСТАНАК И РАЗВОЈ ТУРИЗМА

ЕПОХА САВРЕМЕНОГ ТУРИЗМА

БЕЗ РАЗВОЈА САОБРАЋАЈА –железница 19 век; авио превоз,чартери, интерконтинентални летови, друмског превоза(аутомобили, аутобуси) у 20 веку

НЕМА МАСОВНОГ ТУРИСТИЧКОГ КРЕТАЊА !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

САОБРАЋАЈ (брз, сигуран, ефикасан и ценовно приступачан) је **један од најважнијих “криваца”** за експанзију туризма и масовност туристичких кретања !!!



ДЕФИНИЦИЈЕ ТУРИЗМА

скуп односа и појава насталих приликом
путовања и боравка појединца
у неком месту
уколико тај боравак не значи
стално настањење и
није везан за стицање зараде

ДЕФИНИЦИЈЕ ТУРИЗМА

- **путовање** због забаве, одмора, здравља, **уживања**, из радозналости **да се виде нови** крајеви и људи
- **путовање** ван свог места борава због било ког разлога **осим зараде и сталног борава**, те који тамо **троши новац** који је зарадио на неком другом месту
- **део националне економије** који је у функцији људи (туриста) који **посећују** локалитете **изван свог сталног места борава** где живе и раде

ДЕФИНИЦИЈЕ ТУРИЗМА

Туриста

Више од 24 сата, привремени посетилац

Екскурзиониста

до 24 сата, привремени посетилац

дефиниција СТО (UNWTO) из 1991 године:
активности особа које **путују** и **бораве** у местима **ван њиховог уобичајеног окружења**, не дуже од једне непрекидне године, ради одмора, пословања и других сврха.

СУШТИНА ТУРИЗМА

ШТА?

ПУТОВАЊЕ – савлађивање растојања
(од куће до одредишта)

ГДЕ?

ИЗВАН СВОЈЕ КУЋЕ/ГРАДА

КАКО?

БОРАВАК (привремен и краткорочан)

ЗАШТО?

НЕКОМЕРЦИЈАЛНИ МОТИВ

(НЕ: зарада, посао
ДА: уживање, разонода,
одмор, рекреација...)

СУШТИНА ТУРИЗМА

СВАКИ ТУРИСТА **ЈЕСТЕ** ПУТНИК
АЛИ
НИЈЕ СВАКИ ПУТНИК ТУРИСТА

СПЕЦИФИЧНОСТИ ТУРИЗМА

- а) хетерогеност (**разноврсност**) понуде/траж
- б) изражена **сезонска** концентрација
- в) **непроизводност** рада у туризму
туризам је углавном привредна
али непроизводна делатност
- г) специфичности елемената т. тржишта
(тражња: еластична, понуда: нееластич.)

СПЕЦИФИЧНОСТИ ТУРИЗМА

а) хетерогеност (**разноврсност**) понуде

туризам као **сложен систем** и чине га
бројне **привредне и непривр.** делатности

угоститељство

саобраћај

туристичке агенције

трговина на мало

занатство

комуналне делатности

музеји, галерије

туристичке организације (ТО)

СПЕЦИФИЧНОСТИ ТУРИЗМА

б) изражена **сезоналност**

концентрација тражње у свега пар месеци
лето/зима/празници...

проблеми: како продужити сезону
како организовати посао
стручност сезонских радника

ЗНАЧАЈ ТУРИЗМА

друштвени,

економски,

ПОЛИТИЧКИ **значај**

директан/

индиректан **утицај**

ПОЗИТИВНИ/

негативни **ефекти** туризма

ЗНАЧАЈ ТУРИЗМА

■ ДРУШТВЕНИ

- културни
- образовни
- преношење позитивних наука и обичаја
- боље разумевање међу људима

■ ПОЛИТИЧКИ

- јачање политичког престижа земље
- јаснија представа о једној земљи



ЗНАЧАЈ ТУРИЗМА

■ ЕКОНОМСКИ (директан)

– на БДП (територијална прерасподела дохотка тј. преливање дохотка):

од богатијих ка сиромашнијим земљама

(негативан туристички салдо многих развијених земаља, нпр. Јапан, Немачка, Канада, Шведска...)

из развијенијих региона једне земље ка слабије развијенијим регионима у оквиру исте државе (нпр. из Београда, Новог Сада... ка Златару...)

ЗНАЧАЈ ТУРИЗМА

- на инвестиције
- на многобројне делатности (сувенири, трговина, банке, лекари, водичи, музеји...)



- на запосленост (сезонци, жене, домаћинства...)
- на платни биланс



ЗНАЧАЈ ТУРИЗМА

■ ЕКОНОМСКИ (индиректан)

– на грађевинарство

– индустријску производњу

– на пољопривреду



НЕГАТИВНИ ЕФЕКТИ ТУРИЗМА

двојакост ефекта:

уз несумљиво бројне позитивне ефекте раста и развоја туризма, мора се бити свестан и “**друге стране медаље**”

■ **ЕКОНОМСКИ** аспект

- утицај сезонских чинилаца,
- висока увозна зависност
- деловање конкуренције
- висок % слабо плаћених послова
- уништавање традиц. облика запошљавања.

НЕГАТИВНИ ЕФЕКТИ ТУРИЗМА

■ СОЦИО-КУЛТУРНИ АСПЕКТ

- губитак културног идентитета домаћина
- нестанак традиционалних вредности
- навике/понашања туриста непримерена за земљу домаћина
- коцка/хазардне игре
- проституција
- недозвољена трговина
- појава наркотика



НЕГАТИВНИ ЕФЕКТИ ТУРИЗМА

■ СОЦИО-КУЛТУРНИ АСПЕКТ (НАСТАВАК)

– “IRIDEX” модел

степен иритације домицилног становништва
због утицаја повећања туристичком промета

еуфорична фаза

фаза апатије

фаза иритације

потирање традиц. локалних вредности...

НЕГАТИВНИ ЕФЕКТИ ТУРИЗМА

■ еколошки и просторни аспект

- деградација простора, нарушавање пејсажа
- непланска градња
- значајна потрошња воде, загађење воде
- “притисак” на комуналну инфраструктуру
- аеро загађење

■ безбедоносни аспект

тероризам

МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМУ

пословна концепција (начин пословања) или став предузећа према својој улози у привреди и друштву уопште.

Подразумева усмереност на препознавању и задовољењу **потреба потрошача** за одређеним производима и услугама) и **друштвену одговорн.** и на тој основи остваривање **профита** и других пословних циљева.

МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМУ

маркетинг је профитабилно
задовољавање потреба потрошача

маркетинг је испорука задовољства
потрошачу уз истовремено
остваривање профита по том основу

маркетинг је процес менаџмента који
идентификује, предвиђа и задовољава потребе
потрошача ефикасно и профитабилно

УСПЕШНО ПОСЛОВАЊЕ

МАРКЕТИНГ КОНЦЕПТ
(као планска, стална и дугорочна
пословна активност)

**у центру
пажње:
задовољење
потреба и
жеља
потрошача**

**профитаб.
обим
продаје**

**оптимална
комбинација
инструмената
маркетинг
микса**

**друштвена
одговорност**

ИНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГА

КОЈИ ИНСТРУМЕНТИ ЧИНЕ **М. МИКС?**

- “КЛАСИЧНО” СХВАТАЊЕ “4П” 4 елем.
- КОНЦЕПТ “4Ц” 4 елем.
- РЕВИДИРАН 4П КОНЦЕПТ 7 елем.
(углавном за услужни сектор)
- КОНЦЕПТ “8П” 8 елем.
(за туризам)

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

елементи

туристичког тржишта:

туристичка тражња

туристичка понуда

туристичке услуге

цена туристичких садржаја

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ПОТРЕБЕ

покретачка снага и циљ привредне актив.

– **основне** (егзистенцијалне, неопходне)

исхрана, облачење, становање...

– **остале** (допунске)

опште културне

луксузне

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ПОТРЕБЕ

- разноврсне,
променљиве,
стално расту
- **зависе од**: производње (обима и структуре традиције, културе, образовања...
- **како се задовољавају?**
производима и
услугама

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ПОТРЕБЕ

важно са аспекта туризма и маркетинга:

- проучавати потребе у континуитету !!!
- уочити врсте и количину потреба !!!

тачка сатурације

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ТУРИСТИЧКА ПОТРОШЊА

како се мери?

- метод процене
- метод повременог анкетирања туриста

структура потрошње

(учешће поједних ставки у укупној туристичкој потрошњи)

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ТУРИСТИЧКА ТРАЖЊА

- **хетерогеност** (велики број **међусобно различитих носилаца тражње** тј. туриста; зато су и њихове потребе различите као и начин задовољења тих потреба)
- **мобилност** (туристи су **у покрету** – од куће до дестинације, подразумева коришћење превозних средстава)
- **сезоналност**
- **истовременост потрошње са “производњом”, тј пружањем услуга** (нема лагеровања т. услуге)

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

– еластичност

еластичност неке појаве (нпр. турист. тражње) показује њену промену под утицајем промена у факторима који утичу на посматрану појаву

мера која показује како и колико купци(туристи) и продавци реагују на промене тржишних услова како реагују: смер кретања криве тражње
колико реагују: величина те промене



хетерогеност

мобилност

сезоналност

истовременост
потрошње и
“производње”
услуге

еластичност

специфичности
туристичке
тражње

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

Т. тражња показује **ВИСОКУ еластичност** на:

– **економске** факторе

примарна еластичност (на: доходак, цене,
девизни курс)

секундарна еластичност (на промене у
турист. понуди)

– **ванекономске** факторе (ратови, земљотреси,
епидемије, поплаве, политичка
нестабилност; психолошки-
помодарство, угледање)

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

-еластичност тражње у односу на ПРИХОДЕ
(ДОХОДОВНА еластичност)

издаци за задовољење туристичких потреба
БРЖЕ РАСТУ

од раста прихода становништва

степен еластичности се разликује према:
приходима појединих категорија становништва
од државе до државе
сегментима туристичке тражње

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

-еластичност тражње у односу на ЦЕНЕ
(ЦЕНОВНА еластичност)

раст цена туристичких услуга
НЕГАТИВНО ДЕЛУЈЕ

на интензитет тражње за турист. услугама

пад цена туристичких услуга
ПОЗИТИВНО ДЕЛУЈЕ

на интензитет тражње за турист. услугама

степен еластичности зависиће од:
врсте туристичке услуге

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ЦЕНОВНА еластичност тражње (e) =
промена тражење количине у %/
промена цене у %

$e = 1$ јединична еластичност
 $e > 1$ тражња је еластична
 $e < 1$ тражња је нееластична

степен еластичности т.тражње зависиће од:
врсте туристичке услуге
сегманта т. тражње/мотива путовања

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

- остали облици еластичности тражње

- еластичност на промоцију

- конкурентска еластичност

(на промене у ценама и квалитету бројних тур. услуга: нпр. раст цена авио превоза «усмерава» туристе на друге-јефтиније видове превоза...)

- супституционална еластичност

(реаговање тражње на + / - квалитета и цене у некој дестинацији/објекту. Преливање тражње тј. замена једне дестинације другом)

- интерна еластичност

(реаговање тражње на промене у оквиру исте врсте превоза)

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ОБЛИЦИ ТРАЖЊЕ

- опадајућа тражња
- растућа тражња
- нема тражње
- латентна (тражња за производима/услугама којих нема на тржишту; тражња која не може да се задовољи постојећим произв./услугама)
- неуједначена тражња (сезона/вансезона)
- пуна тражња (релативно стабилна тражња)
- прекомерна тражња (предузеће/дестинација не може да одговори свим носиоцима тражње)
- штетна тражња (пласман туристичких услуга које угрожавају околину)

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

КАКВА ЈЕ РЕАКЦИЈА
НОСИОЦА ТУРИСТ. ПОНУДЕ/ДЕСТИНАЦИЈЕ
НА НАВЕДЕНЕ ОБЛИКЕ ТРАЖЊЕ ?

цене: да их да повећају/смање
производ/услуге:

да уведу на тржиште потпуно нове

да модификују постојеће

да елиминишу неке од њих

промоција: одговарајуће кампање...

ВАЖНО: утврдити **узрок** конкретног облика
тражње

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ВРСТЕ ТУРИСТА

туристи су бројни и међусобно се разликују по више критеријума

стратегија сегментације тржишта!!!!!!!!!!!!
(“подели и задовољи”)

подела тржишта на хомогене целине (сегменте)
на основу одређених критеријума
како би се добиле мање тржишне целине

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ВРСТЕ ТУРИСТА

на основу одређених критеријума како би се добиле мање тржишне

не **зашто** стратегија сегментације?

да се **прецизније одреде потребе** купаца како би **биле лакше задовољене од стране предузећа**

основа:

предузеће/дестинација уважава диференцираност (различитост) купаца/туриста и тржишта уопште

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

фазе:

сегментација
избор циљних сегмената
позиционирање производа

сегменти:

да су довољно велики
да постоји тражња за производом
да имају одговарајућу економску снагу
да су довољно хомогени

могуће грешке код примене ове стратегије:

погрешан сегмент је изабран
прекомерна сегментација
запостављање осталих сегмената

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

критеријуми за сегментацију

географски

(регион, земља, велич. насеља, густина насељ, клима)

демографски

(старост, пол, породица, занимање, образовање...)

психографски

(друштвена класа, животни стил, личност)

бихевиористички

(корист, интензитет коришћења, лојалност, став о усл...)

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ШТА ТУРИСТИ ХОЋЕ?

уз све разлике
између туриста, тј. сегмената т. тражње,
заједничко за све њих је да хоће:

СТАНДАРДНУ УСЛУГУ

ОНО ШТО СУ ПЛАТИЛИ

ОНО НА ШТА СУ НАВИКЛИ

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ТУРИСТИЧКА ПОНУДА

– нееластичност

релативна непроменљивост атрактивних фактора, па и у дужем временском року; високи фиксни трошкови комуникативних и рецептивних фактора

– хетерогеност

носиоци туристичке понуде су разноврсни и бројни (исто важи и за туристичку тражњу)

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

шта нуде/продају носиоци тур. понуде?

хотел: одмор и услугу

тур. агенција: снове и услугу

ресторан: услугу, укус, угодност

у туризму се продају:

услуге, снови, илузује...

нешто **ново**, нешто **неочекивано**,

нешто **што се памти**

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТ. ТРЖИШТА ШТА се истражује?

- садашње и потенцијалне туристичке **потребе**
(према носиоцима- појединцима, домаћинст.
и сегментима и подручја одакле они долазе)
- садашња и потенцијална **тражња**
(према носиоцима и подручја
одакле долазе; еластичност на...)
- садашња и потенцијална **потрошња**
(према носиоцима и подручја одакле долазе;
њена расподела на турист.регије и места)



ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТ. ТРЖИШТА

– адекватност тур. понуде /захтева тражње

угоститељске понуде

саобраћајне мреже

трговинске мреже

облика забаве и разоноде у дестинацији

у односу на конкуренцију...



– могућности за унапређења туризма

(мере, истраживања, промоције...)

– цене туристичких услуга

(са становишта конкуренције, куповне моћи туриста, трошкова пословања)

ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ

ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТ. ТРЖИШТА

НИВО истраживања?

- истраживања на **макроплану**
држава, регија, туристичко место
- истраживања на **микроплану**
туристичке агенције, угоститељи...

МЕТОДИ истраживања?

- квантитативни
- квалитативни (утврђивање ставова и мотива туриста)

ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ !!!!!!!!!!!!!!!

шта

се посматра, мери и анализира?

ОСНОВУ одређених критикако би се добиле мање тржиш

Доласци

Ноћења туриста



Домаћи

Страни туристи



Приходи



ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ !!!!!!!!

просечна дужина боравка

раст

пад промета



структура промета по више основа:

- према врсти **дестинације у којима бораве** туристи
- према врсти и категорији **смештајног објекта**
- према **земљи из које долазе**
- према **мотиву** доласка
- према **делу године** у којој су посетили дестинацију

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ

шта се посматра?

- доласци туриста

- **сталан раст** из године у годину

- годишње **стопе раста јесу позитивне али су у паду**

(од 12,6 % педесетих и 9,6% шездесетих година XX века па до 3,4% у првој декади XXI века)

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ

шта се посматра?

- регионална структура
(Европа прва али...)
подрегиони (у Европи:
(Северни, Западни, Централно–источни
и Јужно медитерански)
промене у регионалној структури
- приходи од међунар. туризма
 - сталан раст

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ

ИЗАБРАНЕ ГОДИНЕ	МЕЂУНАРОДНИ ДОЛАСЦИ ТУРИСТА (у милионима)	ПРИХОДИ ОД МЕЂУНАРОДНОГ ТУРИЗМА* (у милијардама US долара)
1950	25	2
1960	69	7
1970	165	18
1980	278	106
1990	445	273
2000	685	476
2010	949	930
2011	995	1.042
2012	1.035	1.075
2013	1.087	1.159
2014	1.138	-

међународни туризам – првих 10

ПО ПРИХОДИМА (у милијардама УС долара)	ПО ПОТРОШЊИ (у милијардама УС долара)	ПО ПОСЕЂЕНОСТИ (у милионима долазака)
САД - 94	НЕМАЧКА - 80	ФРАНЦУСКА - 74
ШПАНИЈА - 53	САД - 73	САД - 55
ФРАНЦУСКА - 48	Б. БРИТАНИЈА - 48	ШПАНИЈА - 52
ИТАЛИЈА - 40	КИНА - 44	КИНА - 51
КИНА - 39	ФРАНЦУСКА - 38	ИТАЛИЈА - 43
НЕМАЧКА - 35	ИТАЛИЈА - 27	В. БРИТАНИЈА 28
Б. БРИТАНИЈА - 30	ЈАПАН - 25	НЕМАЧКА - 25
АУСТРАЛИЈА - 25	КАНАДА - 24	ТУРСКА - 24
ТУРСКА - 21	РУСИЈА - 20	МАЛЕЗИЈА - 23
АУСТРИЈА - 18	ХОЛАНДИЈА - 20	МЕКСИКО - 21

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ

ПЕРИОД	ПРОСЕЧНА ГОДИШЊА СТОПА РАСТА У %	
	долазака	прихода
1950-1959	12,6	10,6
1960-1969	9,1	10,1
1970-1979	5,7	19,4
1980-1989	4,8	9,7
1990-1999	5,0	7,7
2000-2009	3,4	7,1
2010-2014	4,7	5,1

РЕГИОНИ	МЕЂУНАРОДНИ ДОЛАСЦИ	ПРИХОДИ ОД МЕЂУНАР. ТУРИЗМА
Европа	51,6%	43 %
Северна и Јужна Америка	15,9%	20 %
Африка	4,9%	3 %
Азија и Пацифик	23,1%	30 %
Средњи Исток	4,4%	4 %

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ



РЕГИОН	2000 (y %)	2010 (y %)	2020 (y %)
Европа	58,8	52,4	43,4
Источна Азија и Пацифик	17,2	19,4	25,4
Јужна и Северна Америка	19,5	18,9	18,4
Африка	3,5	4,1	4,2
Средњи Исток	2,0	2,5	4,4
Јужна Азија	0,5	0,7	1,2

СВЕТСКА ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА – UNWTO

World Tourism Organization

- агенција Уједињених нација
- водећа међународна организација из области туризма
- унапређење одговорног, одрживог и универзално приступачног туризма
- чланство: 157 држава, 6 придружених чланова и 450 осталих чланица

СВЕТСКА ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА – UNWTO

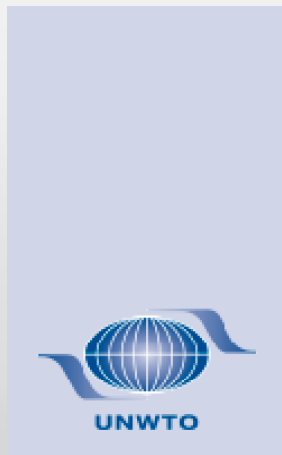
- **обухвата**: националне турис. власти, турист. удружења, образ. институције, приватни сектор...
- **седиште**: Мадрид (од 1976 године)
- **основни органи**: Генерална скупштина, Извршни савет, Регионалне Комисије, Комитети
- **сајт**: www.unwto.org

СВЕТСКА ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА – UNWTO

- **обухвата**: националне турис. власти, турист. удружења, образ. институције, приватни сектор...
- **седиште**: Мадрид (од 1976 године)
- **основни органи**: Генерална скупштина, Извршни савет, Регионалне Комисије, Комитети
- **сајт**: www.unwto.org

СВЕТСКА ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА – UNWTO

- Најважније публикације:
 - UNWTO Annual Report
 - UNWTO Tourism Highlights
 - Yearbook of Tourism Statistics
 - UNWTO World Tourism Barometer
- +
бројне друге публикације



World Tourism Organization

UNWTO

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ

ОДНОС

доласци у **међународном** туризму/
долази у **националним** оквирима

1 : 5 до 1 : 6

на 1 долазак у међународном туризму
региструје се 5 до 6 долазака туриста
у националним оквирима

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ

ПРЕДВИЂАЊА ЗА НАРЕДНИ ПЕРИОД

- **промет:** стабилан раст али уз мање стопе
- **регионална структура:**
 - доминација и стагнација Европе,
 - експанзија ист. Азије и Пацифика
- **извори тражње:**
 - најразвијеније земље али и повећање
 - учешћа средње развијених земаља и др.

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ

- **државе**: раст Кине, БРИКС-а...
- **највише туриста**: са средњим и релатив. нижим приходима (не запостављајући оне са вишим и високим приходима)
- **правци**: топла мора, велики градови, планински центри (посебно (национални паркови))

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ

– туристи:

све захтевнији, образов. и информисанији
хоће сталне иновације производа/услуга

бег од цивилизације

хоће нова искуства и нове средине

путовања због здравља и рекреације

путовања због културе и образовања

МЕЂУНАРОДНИ ТУРИЗАМ

– промене:

деконцентрација током године

удаљена тржишта

квалитетна радна снага

наутички туризам и спортови на води

јавно – приватно партнерство

јачање конкуренције

раст значаја ИТ и саврем. комуникација

ВРСТЕ ТУРИЗМА

- **према дужини боравка туриста**
 - **излетнички** (полудневни, целодневни)
 - **боравишни** (више од 3 узастопна ноћења)
 - **викенд туризам** (викеенди, продужени викенди: од петка до недеље увече)
- **према степену мобилности туристе**
 - **стационарни**
 - **мобилни**

ВРСТЕ ТУРИЗМА

■ према националној припадности туристе

– **домаћи** (у оквиру своје земље)

– **инострани** (међународни) одлазак изван

регионални

континентални

интерконтинентални

ВРСТЕ ТУРИЗМА

■ према просторном обухвату

- локални (кретање туриста у локалним оквирима – углавном излетнички)
- регионални (у оквиру једне регије – нпр. скијање, лов, излети, викенд туре)
- национални (у оквиру своје државе)
- међународни (углавном боравишни)

ВРСТЕ ТУРИЗМА

- **према старосној доби туриста**
 - **дечији** (до нпр. 14 година)
 - **омладински**
 - **људи средњег доба** (радно способни, највећи приходи али и захтеви)
 - **пензионери** (сениори, туриз. трећег доба)
све значајнији јер их је све више због продужења животног века

ВРСТЕ ТУРИЗМА

- **према простору у коме бораве**
 - **приморски** (сезоналност, углавном лети)
 - **планински** (зими али све више и лети)
 - **бањски/термални** (због рекреације;
боравишни, викенд туре)
 - **градски** (посета великим градовима)
 - **сеоски/ рурални** (у Србији све значајнији)

ВРСТЕ ТУРИЗМА

- **према начину организације путовања**
 - **индивидуални** (туриста сам организује своје путовање и боравак)
 - **организовани** (туристичке групе чији учесници имају слична интересовања; ТА је организатор путовања)
 - **мешовити** (комбинација путовања у сопственом аранжману уз одређену помоћ туристичке агенције)

ВРСТЕ ТУРИЗМА

■ према утицају на платни биланс земље

– **активни**

преливање средстава из туристички емитивне у турист. рецептивну земљу (нпр. из Холандије у Србију)

позитивни ефекти за рецептивну земљу

– **пасивни**

одлив средстава по основу туризма (нпр. из Србије у Грчку)

ВРСТЕ ТУРИЗМА

- Специфични облици туризма
 - ловни/риболовни
 - верски
 - здравствени
 - културни
 - конгресни
 - Ћачни/омладински
 - манифестациони
 - фото сафари/посматрање птица
 - вински турузам (на теми винских путева)
 - авантуристички/адреналински туризам...

ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

просторна компонента као незаобилани елемент за разумевање туризма

2 нивоа туристичког производа:

- **појединачни**
носилац понуде



- **интегрални**
Т.ПРОИЗВОД



ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

суштинско питање гласи:

како да се широк и разноврстан спектар

жеља и потреба туриста

„упакује“ у једну компактну целину, а

да истовремено носиоци туристичке понуде на одређеном простору остваре своје пословне и економске циљеве?

ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

ШТА САВРЕМЕНИ ТУРИСТИ

ОЧЕКУЈУ

ОД ЈЕДНЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ/Т.ОБЈЕКТА?

ЗАШТО

ТУРИСТИ ПОСЕЋУЈУ

ЈЕДНУ ДЕСТИНАЦИЈУ ?

ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

САМО
ЗБОГ СМЕШТ./ИСХРАНЕ/РАЗГЛЕДАЊА?

ИЛИ ЗБОГ НЕЧЕГ **ЈОШ**?

ЗБОГ ЧЕГА **ЈОШ**?

ДОЖИВЉАЈ,
ДОГАЂАЈ,
УЗБУЂЕЊЕ,
ЗАБАВУ

савремене ТД, осим угоститељства,
нуде још и
бројне и разноврсне садржаје

ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

- интегрални (сложени) т. производ:
- производ на **нивоу дестинације**
- то је турист. производ **како га доживљава и види туриста !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!**
- то **није прост збир појединачних** т. произв.
- **степен усаглашености** на релацији појединачни /дестинацијски интереси
- уважавање различитих интереса и препознавање **заједничке користи**

Т. ДЕСТИНАЦИЈА – дефиниције

- географско подручје са критичном масом развоја која задовољава потребе туриста
- простор у којем се предвиђа, планира, организује и развија туризам
- део простора одређене регије, зоне...која располаже атрактивним објектима неорганског, органског и антропогеног порекла и уз добро осмишљену инфра и супраструктуру има добро организовану и квалитетну т. понуду

Т. ДЕСТИНАЦИЈА – дефиниције

- мање или више заокруж. **географска целина** која располаже атрактивним, комуникат. и рецептивним факторима, тј. свим оним природним, друштвеним, антрополошким, културно-историјским, саобраћаним **претпо- ставкама за смештај, исхрану, одмор, забаву и рекреацију туриста**
- **локација** скупа атрактивности и односних туристичких објеката и услуга које туриста или група туриста бира да посети или коју носиоци тур. понуде промовишу, односно као подручје **са различитим својствима... привлачним за нелокално становништво**

ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

КО ОДЛУЧУЈЕ

да ли је неки простор ТД ?
о границама једне ТД?

- **формално**: надлежни локални/државни орган
- **суштински**: туристи

КАКО?

својим избором да бораве баш у том а не неком другом простору, да користе његове тур. услуге

ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

просторна област
коју посећују и користе туристи,
независно од њених административ. граница.

једна општина – 3 различите дестинације
нпр. општина Будва:

Будва

Свети Стефан

Петровац на мору



ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

једна дестинација – више општина
нпр. Копаоник –
општине: Рашка, Брус, Лепосавић,

границе ТД мора да одреди тржиште.

границе су резултат
тржишне прихваћености и валоризације
одређене дестинације

ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

ПОТЕНЦИЈАЛНА туристичка дестинација **простор** који своје туристичке потенцијале **још није валоризовао**, или ако јесте, то није урадио на прави начин или у довољној мери.

То је простор који **захтева надоградњу постојећих** природних, друштвених и изграђен. садржаја (ако постоје) и **изградњу потпуно нових садржаја**, са циљем да се достигне ниво који ће бити у стању да привуче довољан број посетилаца.

То је простор који **тек треба да се у свести потрошача позиционира као пожељна ТД.**

ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

КЛАСИФИКАЦИЈА ТД

подела према:

- степену развијености
- значају
- сезоналности
- врсти и величини подручја
- начину настанка



ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

ЕЛЕМЕНТИ ТД

АТРАКТИВНИ

широка лепеза разноврсних садржаја од значај за одабир ТД од стране туриста

клима
рељеф



термоминерални извори

биљни и мживотињски свет

наслеђе – материјално и нематеријално

манифестације

забавни, сајамски, трговачки садржаји

ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

ЕЛЕМЕНТИ ТД

КОМУНИКАЦИОНИ

приступачност једне ТД у виду њене физичке удаљености од емитивних подручја, изражену у
географској дистанци (у км пута)
временској дистанци (у времену)
економској дистанци (у цени доласка)



ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

ЕЛЕМЕНТИ ТД

НЕМАТЕРИЈАЛНИ ЕЛЕМЕНТИ

невидљива и неописљива компонента
традиција, прошлост, наслеђе
+

ОДНОС **ЛОКАЛНОГ СТАНОВНИШТВА**



ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

ЕЛЕМЕНТИ ТД

РЕЦЕПТИВНИ

Услови за боравак кад је гост већ дошао у ТД

угоститељска понуда

(обим, структура, квалитет)

рецептивне туристичке агенције

туристички водичи

здравствене услуге

мењачнице



ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

УПРАВЉАЊЕ ТД

ДЕСТИНАЦИЈОМ **МОРА ДА СЕ УПРАВЉА**

- предмет управљања: дестинацијски производ
- ниво управљања: дестинација
- стална и професионална активност
- институционална основа (ДМК, ДМО)

В А Ж Н О !!!!!

не може али и **не треба** да баш свако место буде ТД (нису погодни)

ОДРЖИВИ РАЗВОЈ ТУРИЗМА

ИНСИСТИРАТИ НА КОНЦЕПТУ
ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА

ОДРЖИВИ РАЗВОЈ ЈЕ ОНАЈ РАЗВОЈ КОЈИ
ЗАДОВОЉАВА ПОТРЕБЕ
САДАШЊЕ ГЕНЕРАЦИЈЕ
АЛИ
БЕЗ УГРОЖАВАЊА
МОГУЋНОСТИ БУДУЋИХ ГЕНЕРАЦИЈА
ДА ЗАДОВОЉЕ СВОЈЕ ПОТРЕБЕ



ОДРЖИВИ РАЗВОЈ ТУРИЗМА:
ЗАДОВОЉЕЊЕ ПОТРЕБА САДАШЊИХ ТУРИСТА И
ДЕСТИНАЦИЈА (РЕГИОНА) КОЈИ ИХ УГОШЋУЈУ ТАКО
ДА СЕ ИСТОВРЕМЕНО ЧУВАЈУ И УВЕЋАВАЈУ
МОГУЋНОСТИ ЗА ДОЛАЗАК И БОРАВАК **БУДУЋИХ**
ГЕНЕРАЦИЈА **ТУРИСТА** НА ТОМ ПОДРУЧЈУ

УПРАВЉАЊЕ СВИМ РЕСУРСИМА НА ТАКАВ **НАЧИН**
ДА ЕКОНОМСКЕ, ДРУШТВЕНЕ И ЕСТЕТСКЕ ПОТРЕБЕ
МОГУ ДА БУДУ **ЗАДОВОЉЕНЕ УЗ ОЧУВАЊЕ** КУЛТУР,
ИДЕНТИТЕТА, ЕКОЛОШКИХ ПРОЦЕСА, БИОЛОШКЕ
РАЗНОВРСНОСТИ И СИСТЕМА ЗА ОДРЖАВАЊЕ
ЖИВОГ СВЕТА”

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

- У 2014. години (без података за КиМ):
- **доласци** укупно: 2.192.268 (0%)
 - **ноћења** укупно: 6.086.275 (-7%)
 - **просечна** дужина боравка: 2,77 дана

 - **домаћи/страни** доласци: 53%– 47%
 - **домаћи/страни** ноћења: 6%– 36%

 - **ноћења домаћих** у изабраним туристич. местима (у хиљадама): В. Бања 431, Златибор 358, Копаоник 271, Београд 231 Сокобања 209, Тара 194, Селтерс 139

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

- **ноћења страних** у изабраним туристич. местима (у хиљадама): Београд 1,106
Нови Сад 179, Златибор 78, Врњач, б.66,
Копаоник 51, Суботица 42, Крагујевац 34
- **ноћења “страних” по земљама (у хиљ.)**:
БиХ 163, Русија 153, ЦГ 137, Немачка 114
Словенија 112, Италија 103, Бугарска 88
- **приход** од туризма: 1,139 милијарди \$
- **запослени** у туризму: 70 хиљада

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

- **категоризовани смештајни објекти**
објекта: 354
смештајних јединица: 17.581
лежајева: 29.609



ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОКВИР

Министарство трговине, туризма и телекомуник.

- Сектор за туризам (одсеци за: истражив. тржишта и развој туристичких производа, конкурентност, план и анализу, управ. квалитетом)
- Сектор туристичке инспекције (2 одељења)

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Туристичка организација Србије (ТОС)
за промоцију Р. Србије као ТД



општинске/градске/регионалне ТО



ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

ЛОКАЛНА САМОУПРАВА

- одељења, сектори или секретаријати за туризам/привреду у оквиру општинских/градских/управа
- чланови општинског/градског Већа

шта раде?

- категоризација приватног смештаја и сеоских туристичких домаћинстава
- локални туристички водичи
- подсицање и старање о развоју туризма
- развој различитих видова туризма

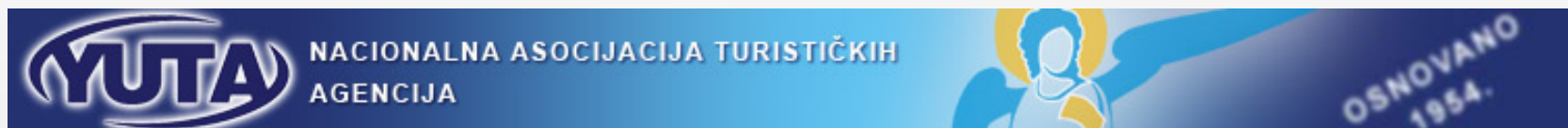
ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Струковна удружења приватног сектора

угоститељи: ХОРЕС



тур. агенције: ЈУТА, АТАС, АНТАС



водици: Удружење туристичких
водица Србије

кампови: Асоцијација
кампова Србије



ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

ТУРИСТИЧКИ КЛАСТЕРИ

AHTAC



ČAROLIJA
ISTOKA

*Klaster ruralnog turizma
Istočne Srbije*



SUBOTICA-PALIĆ
FOND TURISTIČKI KLASER MIKROREGIJE



istar21



FOND
TURISTIČKI KLASER SREM



ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

ПРОПИСИ ИЗ ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

- “кровни” закон:
Закон о туризму (Сл. гл. Р. Србије 36/2009...)
- подзаконски акти:
 - **Правилници** (о угоститељским објектима, категоризацији смештаја, тур. агенцијама...) са стандардима и изјавама
 - **Одлуке** (о боравишној такси)

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Закон о туризму

начела

појмови

планирање и развој туризма

туристичке организације

туристичке агенције

угоститељска делатност

наутичка делатност

ловнотуристичка делатност

услуге у туризму

такса, накнада и пенали у туризму

регистар туризма

надзор

казнене одредбе

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

ПЛАНСКА ДОКУМЕНТА (члан 5 ЗОТ-а)

- Стратегија развоја туризма Р. Србије
- Стратегијски мастер план
- Стратегијски маркетинг план
- Програм развоја туристичких производа
- Програм развоја туризма
- Програм промотивних активности

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Стратегија развоја туризма Р. Србије

донета 2006. године

9 посебно важних тур. производа:

градски одмор

кружна путовања

пословни туризам + MICE

здравствени туризам

планине и језера

наутика

догађаји

рурални туризам

специјални интереси

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

ОБРАЗОВАЊЕ ТУРИСТИЧКИХ КАДРОВА

- средње образовање
(средње угоститељске/туристичке школе)
- високо образовање (3+ 1 година)
(високе угоститељске/туристичке школе
струковних студија и др.)
- факултети и мастер студије
- докторске студије

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

ИНСТИТУЦИОНАЛНА ПОДРШКА ТУРИЗМУ

2 ПИТАЊА:

1. **КАКВА** ВРСТА ПОМОЋИ И ПОДРШКЕ МОЖЕ ДА СЕ ОЧЕКУЈЕ?

(**ШТА** СЕ НУДИ?)

2. **КО** ПРУЖА ПОМОЋ И ПОДРШКУ?

(**КОМЕ** МОЖЕ ДА СЕ
ОБРАТИ- КОЈИМ ОРГАНИМА И ИНСТИТУЦИЈАМА?)

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

ИНСТРУМЕНТИ ПОДРШКЕ

- **Обуке**
- **Кредити** под повољним условима
- **Бесповратна средства** на основу јавног конкурса
- **Студијска путовања у земљи и иностранству** у циљу упознавања примера успешног пословања у туризму
- **Стручна и финансијска помоћ** туристичким субјектима

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

НОСИОЦИ ПОДСТИЦАЈНИХ МЕРА

- **Надлежна министарства**
Министарство трговине, туризма и телекомун. али и нека друга министарства
- **Туристичке организације** на различитим нивоима: општинске/градс./регионалне/ТОС

ТУРИЗАМ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

(...наставак)

- Органи **локалне самоуправе** (општине и градови)

- **Остали** носиоци

Привредна комора (ПКС, регионалне Коморе)

Канцеларије за локални економски развој - ЛЕР,

регионалне развојне агенције (РРА),

струковне организације и удружења;

хуманитарне организације,

невладин сектор из земље и иностранства