

Оригинални научни рад

УДК 338.48(4/6-92)  
Original scientific article**Јелена Петровић****ДИРЕКТНИ МАКРОЕКОНОМСКИ ЕФЕКТИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА  
У ВОДЕЋИМ ТУРИСТИЧКИМ ДРЖАВАМА МЕДИТЕРАНА**

**Извод:** Туризам као делатност заузима све значајније место у светској привреди. Тај тренд из године у годину расте и приходи од туризма у светским размерама све више расту. Учешће туризма у БНП се повећава. Туризам се налази у непрестаном развоју и прогресији, па зато треба пажљиво анализирати све факторе који утичу на њега, али и економске ефекте развоја туризма – директне, индиректне и мултипликативне. Аутор у раду чини покушај успостављања узрочно-последичних односа и веза између развоја туризма у водећим туристичким државама Медитерана и његових директних економских ефеката.

**Кључне речи:** туризам, развој, економски ефекти туризма.

**Abstracts:** Tourism as an economic activity occupies a place of ever-growing importance in the world economy. This trend rises each year and revenue generated from tourism is constantly growing on the world-wide scale. Their participation in GDP is increasing. Tourism is constantly developing and progressing. Thus, careful analysis of all the factors influencing tourism along with the economic effects of tourism development – direct, indirect and multiplicative effects of tourism on economy should be performed. The author attempts in this paper to establish cause-and-effect relationship between tourism development in the leading tourist Mediterranean countries and their direct economic effects.

**Key words:** tourism, development, economic effects of tourism.

**Регион Медитерана**

На Земљиној површини не постоји регион са толиком концентрацијом природних и културно-историјских фактора за развој туризма као што је Медитеран (Јовичић и Ивановић, 2004). Иако су неки од природних и културно-историјских фактора за развој туризма повољнији у другим деловима света него у Медитерану у њима не постоји толика концентрација услова за развој туризма јер регион представља јединствен природни амбијент, кога карактерише разноврсност биљних и животињских врста, и ризницу културно-историјског стваралаштва.

Европски део Медитерана обухвата три велика полуострва (Пиринејско, Апенинско и Балканско) која су остварила значајан туристички

## Директни макроекономски ефекти развоја туризма у водећим туристичким...

промет последњих деценија прошлог века. Медитеран је постао најразвијенији туристички регион у свету у коме се остварује око једне трећине укупног међународног туристичког промета. Наиме, туризам остварује приход од око 100 милиона долара годишње и запошљава око 5 милиона људи (Јовичић и Ивановић, 2004). У периоду од 1970-1990. број туриста на обали Медитерана се утростручио, што је последица развоја масовног туризма. У посматраном периоду у Грчкој број туриста се повећао шест пута (<http://www.world-tourism.org>).

Туристичка тражња на Медитерану има наглашену сезонску концентрацију јер се у летњем периоду оствари 40% укупног годишњег промета (Јовичић и Ивановић, 2004). Сезонски карактер тражње утиче на повећање обима инвестиција у циљу изградње капацитета који се недовољно користе у ван сезони.

У циљу очувања основних туристичких атрактивности државе Медитерана су створиле своју туристичку интеграцију, која посебну пажњу придаје едукацији становништва које је запослено у туристичком сектору у циљу повећања квалитета понуде, али и очувању природних и антропогених вредности.

### **Ниво и динамика развоја туризма у водећим туристичким земљама Медитерана**

Више од педесет година Шпанија, Француска и Италија спадају међу десет туристички најпосећенијих држава у свету, што најбоље указује на улогу туризма у привредном развоју ових земаља.

*Табела 1. – Десет најпосећенијих држава у свету у периоду 1950-2005. године*

| Позиција | 1950.        | 1970.        | 1990.     | 1999.        | 2005.        |
|----------|--------------|--------------|-----------|--------------|--------------|
| 1.       | САД          | Италија      | Француска | Француска    | Француска    |
| 2.       | Канада       | Канада       | САД       | Шпанија      | Шпанија      |
| 3.       | Италија      | Француска    | Шпанија   | САД          | САД          |
| 4.       | Француска    | Шпанија      | Италија   | Италија      | Кина         |
| 5.       | Швајцарска   | САД          | Мађарска  | Кина         | Италија      |
| 6.       | Ирска        | Аустрија     | Аустрија  | В. Британија | В. Британија |
| 7.       | Аустрија     | Немачка      | Кина      | Мексико      | Мексико      |
| 8.       | Шпанија      | Швајцарска   | Мексико   | Канада       | Немачка      |
| 9.       | Немачка      | СФРЈ         | Немачка   | Пољска       | Турска       |
| 10.      | В. Британија | В. Британија | Канада    | Аустрија     | Аустрија     |

Извор: <http://www.world-tourism.org>.

Италија је једно од најстаријих туристичких места, не само Европе, већ и читавог света које је вековима привлачило странце из различитих разлога: једни су долазили као ходочасници у Ватикан, други су се

школовали у најстаријем европском универзитету у Болоњи, трећи у потрази за леком на неком од термалних врела, четврти да би разгледали старе градове који представљају непроцењиву културну баштину, пети да би успоставили трговачке везе са градовима који су вековима били полазна тачка трговачких путева од Медитерана ка Средњој и Западној Европи. Међутим сви ови посетиоци нису били туристи.

У Италији развој правог туризма отпочео је у XIX веку на Лигуријској ривијери који је био сличан развоју на Азурној обали. У развоју туризма Италије период од 1931. до 1939. године је карактеристичан по великим колебањима туристичког промета. Ратна катастрофа је прекинула туристички промет скоро у свим европским државама па и у Италији, Француској и Шпанији. Период после Другог светског рата представља значајну прекретницу у развоју туризма ових држава јер долази до интензивирања како туристичког промета тако и прихода који проистичу из њега.

У Француској након Другог светског рата настале су суштинске промене у туризму које се односе на повећање значаја рекреативно-купалишног туризма у летњем периоду. Једна од најзначајнијих година у туризму Италије је 1960. година, када су одржане Олимпијске игре у Риму што је дало посебан полет туристичким кретањима. Такође и у Шпанији почетак шездесетих година представља прекретницу у развоју туризма, када долази до повећања броја страних туриста али и девизних прихода од туризма. Од 1964. године може се пратити оштра конкурентска борба између ових држава на туристичком тржишту.

Развој туризма у овим државама је почетком овог века достигао изузетно висок ниво на шта указују подаци о броју страних туриста (Табела 1), али и подаци о девизним приходима од туризма (Табела 2.).

Француска је била најпосећенија држава у свету 2005. године где је забележено 76 милиона страних туриста. На другом месту била је Шпанија са 55,6 милиона страних туриста док се Италија налазила на петом месту са 36,5 милиона (<http://www.world-tourism.org>).

Француска, Шпанија и Италија већ дуги низ година спадају међу пет држава које остварују највеће девизне приходе од туризма у свету. Девизни приход од туризма је повећан од 1,16 милијарди на 12,1 милијарду долара у Шпанији у периоду од 1965. до 1986. године што је резултат повећања броја туриста, просечне дужине њиховог боравка и релативно бржег раста цена туристичких услуга (Унковић, 2001, стр. 235). У даљем периоду настављена је тенденција раста девизног прихода од туризма при чему је просечна годишња стопа раста прихода била 6,4 % у периоду од 1990. до 1995. године, а у периоду од 1995. до 2000. године се смањује на 3,5 % (Табела 2).

Развој иностраног туризма је био изузетно повољан у Шпанији у Италији у периоду од 1965. до 1985. године иако је интензитет раста девизи-

## **Директни макроекономски ефекти развоја туризма у водећим туристичким...**

зних прихода од туризма у овом периоду био нешто мањи у односу на светски просек у обе државе.

У периоду од 1990. до 1995. године Француска је остварила исту просечну годишњу стопу раста девизних прихода од туризма као Шпанија док је Италија остварила 11,8%, а у периоду од 1995. до 2000. године се смањује на 2,2% у Француској док је у Италији остварена негативна стопа раста девизних прихода од туризма у износу од 0,9 % (Табела 2).

Табела 2. – Девизни приходи од туризма у периоду од 1986. до 2004. године ( у милијардама долара)

| Држава                                        | 1986. | 1990. | 1995. | 2000. | 2002. | 2004. | Просечна годишња стопа раста ( %) |       |
|-----------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------------------------------|-------|
|                                               |       |       |       |       |       |       | 90-95                             | 95-00 |
| САД                                           | 20,4  | 43,0  | 61,1  | 88,8  | 66,6  | -     | -                                 | -     |
| Шпанија                                       | 12,1  | 18,6  | 25,3  | 29,9  | 33,6  | 45,3  | 6,4                               | 3,5   |
| Италија                                       | 9,9   | 20,0  | 27,5  | 27,5  | 26,9  | 35,6  | 11,8                              | -0,9  |
| Француска                                     | 9,7   | 20,2  | 27,5  | 30,8  | 32,3  | 40,8  | 6,4                               | 2,2   |
| Кина                                          | 1,5   | 2,2   | 8,7   | 17,5  | 20,4  | -     | -                                 | -     |
| Укупно                                        | 60,3  | 116,7 | 160,5 | -     | 179,8 | -     |                                   |       |
| Остатак света                                 | 77,3  | 144,4 | 232,6 | -     | 294,5 | -     | -                                 | -     |
| Укупно                                        | 137,6 | 261,1 | 393,1 | -     | 474,3 | -     | -                                 | -     |
| Учешће првих пет земаља у приходу у свету (%) | 43,8  | 44,7  | 40,8  | -     | 37,9  | -     | -                                 | -     |

Извор: <http://www.world-tourism.org>.

Табела 2. показује кретање девизних прихода од туризма у водећим туристичким земљама у периоду од 1986. до 2004. године. Њихово учешће у укупном приходу од туризма у свету у периоду од 1986. до 2002. године се смањује односно учешће 1986. године је било 43,8%, а 2002. 37,9%.

На основу броја туриста као и оствареног девизног прихода од туризма може се закључити да анализиране земље представљају водеће туристичке државе света. Међутим, њихова иницијативна улога у развоју туризма је различита јер за разлику од Француске и Италије ова улога Шпаније је знатно скромнија.

### **Директни макроекономски ефекти развоја туризма**

Туризам изазива многоструке ефекте у привреди условљавајући развој привредних и непривредних делатности које учествују у остваривању потреба домаћих и страних туриста. Бржим развојем туризма његови

ефекти постају све бројнији и хетерогенији. Делује на субјекте и чиниоце који постоје у одређеној туристичкој дестинацији укључујући њено становништво, запослене, инвеститоре итд. односно утиче на просперитет свих предузећа која задовољавају потребе туриста, али и на повећање броја радних места, увећање масе произведених роба и услуга које се остварују у одређеном временском периоду чиме се стимулише привредни развој (Cooper et al., 2005).

У основи економског значаја туризма налази се трошење новца туриста у туристичкој дестинацији, који су зарадили у месту свог сталног боравка, а као резултат њихове потрошње настају директни, индиректни и мултипликовани економски ефекти. Од директних ефеката туризма најважнији су:

- ефекти туризма на друштвени производ и национални доходак,
- ефекти туризма на платни биланс,
- ефекти туризма на запосленост становништва,
- ефекти туризма на развој делатности туристичке привреде,
- ефекти туризма на инвестициону активност и структуру инвестиција, и
- утицај на бржи развој недовољно развијених држава (Унковић, 2001).

Прва четири ефекта ће бити обрађена у даљем излагању на примеру наведених земаља.

### **Ефекти развоја туризма на бруто национални производ**

Туризам је делатност која утиче на увећавање масе произведених роба и услуга које се стварају у одређеној земљи у одређеном временском периоду. Повећање потрошње домаћих туриста доприноси повећању дохотка туристичке дестинације ако се она посматра као туристичко место или регија за разлику од државе као целине док потрошња страних туриста у рецептивној земљи доприноси повећању укупног дохотка. Туризам директно утиче на друштвени производ и национални доходак једне земље по основу преливања дохотка из других земаља.

У циљу сагледавања економски ефеката преливања дохотка из других земаља у конкретну туристичку земљу треба сагледати учешће прихода од туризма у бруто националном производу, које омогућава да се сагледа значај директног утицаја туризма на БНП наведених земаља. Запажа се битан утицај туризма на БНП Шпаније односно учешће прихода од туризма у БНП Шпаније је 5,6% (Табела бр. 3). Док је у Италији и Француској утицај туризма на БНП знатно мањи. Последња колона у табели показује проценат и правац промене учешћа прихода од туризма у БНП 2001. године у односу на 1995. годину. Постоји велика зависност

## Директни макроекономски ефекти развоја туризма у водећим туристичким...

Шпаније од туристичког прихода који се повећава како БНП посустаје у току шестогодишњег периода, док се код Италије запажа опадање учешћа туристичког прихода у БНП што указује на опадање утицаја прихода од туризма 2001. године у комбинацији са јаком привредом.

Табела 3. – Учешће прихода од туризма у БНП<sup>1</sup> и приходима од извоза у 2001. г. (Cooper et al., 2005, p. 158)

| Земље     | Приходи од туризма* | Извоз* | Учешће прихода од туризма у извозу** | БНП* | Учешће (1) у (4) | Промена (5) у односу на 1995 |
|-----------|---------------------|--------|--------------------------------------|------|------------------|------------------------------|
|           | 1                   | 2      | 3                                    | 4    | 5                | 6                            |
| Шпанија   | 32,874              | 175    | 18,8                                 | 588  | 5,6              | +16%                         |
| Француска | 29,979              | 369    | 8,1                                  | 1381 | 2,2              | +16%                         |
| Италија   | 25,787              | 310    | 8,3                                  | 1124 | 2,3              | -8%                          |

\*(у милијардама \$) ; \*\* ( у %)

Можемо закључити да се туризам јавља као важан фактор привредног развоја посматраних држава кроз утицај на бруто национални производ.

### Утицај туризма на платни биланс

Изучавању туризма са становишта његовог утицаја на платни биланс се посвећује посебна пажња још у првим радовима из области туризма због изузетног значаја тзв. невидљивог извоза који настаје кретањем туриста из емитивне у рецептивну земљу (Унковић, 2001). Потрошња страних туриста омогућава да се робе и услуге пласирају под повољнијим условима него путем извоза роба и услуга. Код рецептивне земље повољни услови се манифестују одсуством или смањењем трошкова транспорта робе коју купују страни туристи, док се код страних туриста манифестују кроз куповину робе у рецептивној земљи по нижим ценама које нису оптерећене царинама и другим увозним дажбинама.

Француз Баундин Луис анализирајући утицај који туризам врши путем платног биланса на бржи развој неразвијених земља је рекао: „Кретање људи решило је проблеме који се нису могли на адекватан решити кроз кретање роба“ (Baundin, 1953). Из његовог става можемо закључити да туризам представља једини начин равноправнијег укључивања неразвијених и земаља у развоју у међународне економске односе са развијеним државама.

<sup>1</sup> Бруто национални производ је израчунат коришћењем атлас методе Светске банке. Атлас метода је званична метода Светске банке, која је базирана на конвертовању БНП других држава у доларе САД-а. Користи се за неутрализовање ефеката флукуације курса.

Девизни приходи од туризма имају доминантно учешће у приходима многих држава због чега су напори већине земаља усмерени ка развоју иностраног туризма, стимулисању девизних прихода и дестимулирању девизних расхода по основу туризма. Шпанија је још шездесетих година прошлог века развој иностраног туризма уврстила у најужи приоритет свог привредног развоја. У периоду од 40 година туристичка политика Шпаније имала је одлучујући утицај на успешан развој туризма.

Усавршавање туристичке политике Шпаније последњих година је усмерено на повећање конкурентности. Предузећа туристичке привреде на међународном тржишту, повећањем квалитета туристичког производа, увођењем технолошких иновација, побољшањем менаџмента, унапређењем нивоа образовања и знања запослених у туризму, повећањем значаја маркетинга, а нарочито промоције разноврсних туристичких производа. У циљу иновације туристичке политике ове државе формирана је стратегија која садржи мере за повећање квалификованости запослених, унапређење промоције, примене и развоја нових технологија, формирање информационих система као и мере за заштиту вредности како природних тако и културних.

Туризам врши важан утицај на платни биланс. Реч је о девизном приходу по основу туризма који се може третирати као невидљиви извоз. Када се посматрају земље које анализирамо можемо сагледати важан утицај који приходи од страних туриста врше на активу платног биланса тих земаља. У случају Шпаније приходи од страних туриста су у 2001. години учествовали су са 18,8% у укупној вредности извоза роба и услуга, Француској 8,1%, Италији 8,3% (Табела 3).

Наведени подаци јасно указују да туризам врши знатан утицај на платни биланс посматраних држава што је утицало да оне кроз активну туристичку политику стимулишу потрошњу страних туриста у њиховим земљама. Туризам такође врши утицај и на платни биланс путем издатака становништва за путовања у иностранство који се могу третирати као невидљиви увоз.

Француска је била водећа емитивна земља у свету у периоду од 1986-2002. године остваријући велике издатке за путовања у иностранство који су се у овом периоду повећали чак три пута.

Два главна проблема која се јављају приликом упоређивања међународних прихода и трошкова од туризма су последица изражавања података у тренутним ценама и у америчким доларима. Проблеми који настају оваквим начином изражавања података су:

- не узима се у обзир утицај инфлације,
- постоје промене валутног курса који ће се манифестовати приликом промене у националној валути одређене земље прихода и трошкова од туризма.

## Директни макроекономски ефекти развоја туризма у водећим туристичким...

Табела 4. – Издаци за путовања у иностранство (у милијардама \$) водећих емитивних земаља у свету периоду од 1986. до 2002. године

| Земља                                                                  | 1986. | 1990. | 1995. | 2002. |
|------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Немачка                                                                | 18,3  | 29,5  | 50,7  | 53,2  |
| САД                                                                    | 26,0  | 37,4  | 45,9  | 58,0  |
| Јапан                                                                  | 7,2   | 24,9  | 37,0  | 26,7  |
| Велика Британија                                                       | 8,9   | 19,1  | 24,7  | 40,4  |
| Француска                                                              | 6,5   | 12,4  | 16,3  | 19,5  |
| Првих пет емитивних земаља у свету                                     | 66,9  | 123,3 | 174,6 | 197,8 |
| Остатак света                                                          | 59,1  | 119,9 | 182,3 | 276,2 |
| Укупно                                                                 | 125,0 | 243,2 | 356,9 | 474,0 |
| Учешће првих пет земаља у укупним издацима за путовања у иностранство* | 53,5  | 50,7  | 48,9  | 41,7  |

\*(изражено у %)

Извор: <http://www.world-tourism.org>.

У 2005. години Европска унија зарадила је око 233 милијарде евра од туризма у свету. Шпанија је остала неприкосновени лидер у лиги највећих профитера са око 39 милијарде евра девизних прихода од туризма у 2005. години, праћена Француском са 34 и Италијом са 28 милијарди евра.

Табела 5. – Туристички биланс у ужем смислу у ЕУ и водећим туристичким земаљама Медитерана у 2005. години (у милионима евра)

| Држава/асоцијација | Приходи од туризма | Издаци за путовања у иностранство | Разлика |
|--------------------|--------------------|-----------------------------------|---------|
| ЕУ                 | 232.590            | 235.628                           | -3.035  |
| Шпанија            | 38.981             | 12.125                            | 26.370  |
| Француска          | 33.981             | 25.070                            | 8.910   |
| Италија            | 28.400             | 17.960                            | 10.440  |

Извор: <http://epp.eurostat.cec.eu.int>.

Токови туризма у свету одражавају се на туристички биланс ЕУ. Четрнаест од двадесетпет држава чланица ЕУ отварају суфицит туристичког биланса и биланса плаћања. Шпанија је остварила највећи суфицит туристичког биланса а прате је Италија и Француска. Са више од 26 милијарди евра, суфицит туристичког биланса Шпаније био три пута већи него Француске.

## Ефекти туризма на запосленост

Туризам је радно интензивна делатност, која креира широк спектар квалитетних послова јер је због карактера услуга, тј. потребе непо-

средног контакта с потрошачима приликом пружања туристичких услуга немогуће, као у неким другим делатностима, извршити значајнији обим аутоматизације. Повећањем ту-ристичког промета и потрошње страних и домаћих туриста долази до укључења великог броја радника у делатности туристичке привреде. Исто тако, повећава се и број радника који директно учествују у подмиривању потреба туриста (Унковић, 2001).

Угоститељство је значајан креатор радних места како у услужном сектору тако и у привреди многих чланица ЕУ. У угоститељству ЕУ је било запослено 7,8 милиона радника у 2004. години, што представља 4% од укупно запослених (<http://epp.eurostat.cec.eu.int>). Можемо издвојити следеће особености структуре запослености у угоститељству: доминантно учешће младих људи, жена и сезонских радника.

*Табела 6. – Запосленост у угоститељству Шпаније, Француске и Италије 2001. и 2004. године*

|           | Запосленост у угоститељству (на 1000) |       | Просечна годишња стопа раста 2001/2004 (%) | Учешће запослених у угоститељству у 2004 (%) |                |
|-----------|---------------------------------------|-------|--------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------|
|           | 2001                                  | 2004  |                                            | привреда                                     | услужни сектор |
| Шпанија   | 1.032                                 | 1.199 | 5,13                                       | 6,7                                          | 10,5           |
| Француска | 799                                   | 813   | 0,58                                       | 3,3                                          | 4,7            |
| Италија   | 849                                   | 1040  | 7,00                                       | 4,6                                          | 7,1            |

Извор: <http://epp.eurostat.cec.eu.int>.

Највећу просечну годишњу стопу раста запослености у угоститељству у посматраном периоду остварила је Италија са 7%, док је најнижу остварила Француска са 0,58% (Табела 6). Укупно 1.199.000 радних места у угоститељству Шпаније чини 6,7 % укупне запослености, док је ово учешће у Француској и Италији знатно мање.

Туризам омогућава запошљавање људи разних нивоа стручности: укључивање оних који у процесу производње непосредно пружају услугу (конобари, собарице и сл.), који раде у разним техничко-технолошким процесима (кувари и сл.), као и оних креативних кадрова који формирају модерне туристичке производе и баве се развојном политиком (високостручно образовани кадрови). Потребно је нагласити да сезонски карактер у туристичком пословању ствара потребу запошљавања и додатних (тзв. "сезонских") кадрова који се запошљавају само у периоду сезоне (нпр. у летњим месецима), с циљем да се без застоја и сходно повећаном обиму тражње у сезони пласирају производи и услуге страним и домаћим туристима.

На тржишту се често не могу наћи адекватни профили стручности за „запошљавање“ у сезони, па у радни процес улазе и они са нижим квалификацијама, што, објективно, може утицати на смањење квалитета

услуга које се пружају туристима. У периоду сезоне нема годишњих одмора за запослене, а слободно време је минимално. Наведено ствара бројне проблеме са становишта организације и прерасподеле радног времена, годишњих одмора, слободних дана и сл. Мотивација за рад често је код сезонских радника испод просечне, јер они напуштају колектив после истека сезоне и објективно нису присутни, када постоје могућности за наградивање оних успешних радника који су се залагали на раду.

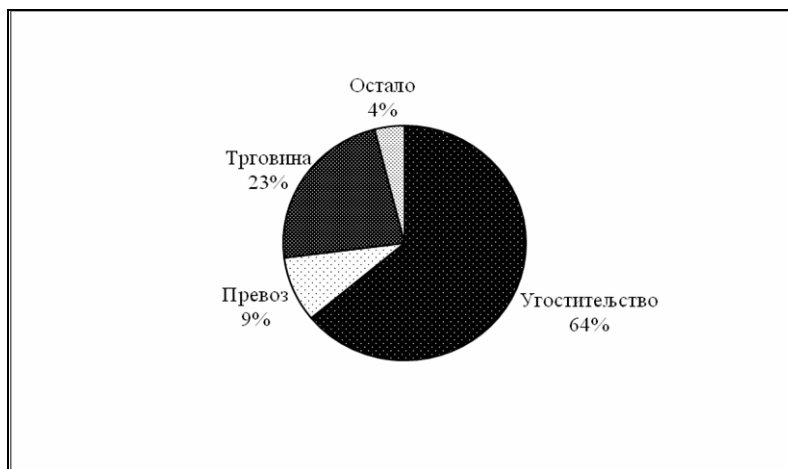
Учешће сезонских радника у угоститељству у посматраним земљама је било испод просека ЕУ у 2004. год. У Шпанији је учешће износило 14,5%, а у Француској и Италији око 23,5%, док је у ЕУ 26,0% (<http://epp.eurostat.cec.eu.int>).

Да би се сагледали стварни ефекти туризма на запосленост становништва, потребно је проблем поставити много шире, тј. треба посматрати не само директне него и индиректне ефекте туризма у овом домену (Унковић, 2001).

Развој туризма креира велики број радних места у индустрији, грађевинарству и пољопривреди односно у делатностима које не чине туристичку привреду вршећи индиректан утицај на њихов развој.

### **Утицај туризма на развој делатности туристичке привреде**

Да би се говорило о економским функцијама туризма разумљиво је претпоставити да земља има и до одређеног нивоа развијене делатности, које директно и индиректно задовољавају потребе туриста како домаћих тако и страних, односно да се остварује туристичка потрошња. Туристичка потрошња представља део националног дохотка које становништво издваја у циљу задовољавања туристичких потреба. Туристичка потрошња како домаћих, тако и иностраних туриста има снажан утицај на све делатности које чине целину туризма. Постоји изражена међузависност између остварене туристичке потрошње и развијености појединих делатности туристичке привреде. Данас, велики број туристичких дестинација настоји да, поред тзв. основних туристичких услуга (смештај, храна, превоз), због промењених захтева тражње, развије и тзв. "остале" туристичке услуге, посебно из подручја забаве, разоноде, рекреације, спорта, учења, образовања, авантуре и сл. Последњих деценија, утицај туристичке потрошње се све више осећа на подручју споменутих "осталих" услуга, јер се у структури туристичке потрошње већи део издатака намењује овим услугама, па, отуда, и већи утицај на развој ових делатности. Чак се, у литератури, у ситуацији када се оцењује развијеност туристичке понуде одређене дестинације, заузима став да је она тим развијенија ако у структури потрошње доминира потрошња која се намењује "осталим" услугама (а не само основним, тј. смештају, исхрани и превозу) (Унковић, 2001).



Слика 1. – Структура потрошње страних туриста у Италији у 2002. години (%)  
(Извор: Italy and international tourism in 2002, Results and trends of incoming and outcoming tourism, Venece 2003)

Да би се сагледао квантитативни директни утицај туризма на делатности које чине туристичку привреду Италије сагледаћемо структуру потрошње страних туриста. Страни туристи су у Италији 2002. године потрошили 28.207 милиона евра, што је за 2,7% мање него 2001. године. Према истраживањима италијанских туристичких експерата просечна потрошња страног туристе у Италији износи 431 евра, док просечна дневна потрошња износи 80 евра.<sup>2</sup> Полазећи од структуре потрошње може се закључити да страни туристи највише троше на смештај (42%), куповину (23%), храну (22%), превоз (9%) и остало – музеји, излети, рента цар (4%).

### **Закључак**

Туризам, као општи феномен овог века, је делатност која је попримила глобалне димензије. У основи економског значаја туризма налази се трошење новца туриста у туристичкој дестинацији, који су зарадили у месту свог сталног боравка, а као резултат њихове потрошње настају директни, индиректни и мултипликовани економски ефекти.

Међу пет првих држава у свету које остварују највећи промет страних туриста и највећи девизни прилив од туризма, три су медитеранске: Француска, Шпанија и Италија.

Туризам доприноси привредном развоју посматраних земаља јер утиче на повећање додате вредности која се ствара у делатностима тури-

<sup>2</sup> Извор: Italy and international tourism in 2002, Results and trends of incoming and outcoming tourism, Venece 2003.

стичке привреде, креира радна места у туристичким привредама ових земаља, али и у њиховим економијама и подстиче развој привредних и не-привредних делатности.

Туризам има шири значај на платни биланс уопште због чега економски развијене земље света су предузимале и предузимају акције у циљу стимулisaња страних туриста да посећују њихову земљу.

### **Литература**

- Јовичић, Д. и Ивановић, В. (2004). *Туристичке регије*. Београд: Плана тоурс д.о.о.
- Унковић, С. (2001). *Економика туризма*. Београд: Савремена администрација.
- Baundin, L. (1953). *Traite d'Economie Politique*. Vol. II, Paris.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilber, D. and Wanhill, S.(2005). *Tourism - Principles and Practice*. London: Prentice Hall.
- EUROSTAT (2005a): *Statistics in Focus – Employment in hotels and restaurants in the enlarge EU still growing*. Luxembourg: European Communities.
- EUROSTAT (2005b): *Statistics in Focus – Inbound and outbound tourism in the European Union*. Luxembourg: European Communities.
- Italy and international tourism in 2002, *Results and trends of incoming and outcoming tourism*, Venece 2003.
- WTO (1988, 1992, 1997, 2003). *Yearbook of Tourism Statistics*. Madrid.

**Jelena Petrović**

### **DIRECT MACROECONOMIC EFFECTS OF TOURISM DEVELOPMENT IN LEADING TOURIST COUNTRIES OF THE MEDITERRANEAN**

#### **Summary**

Tourism is a major force in the economy of the world, an activity of global importance and significance. Spending tourist money earned in the residential area within tourist destination is a basis of the economic importance of tourism. As a result of their spending it comes to the creation of direct, indirect and multiplicative economic effects. Among the top five states in the world which realize the greatest circulation of foreign tourists and the greatest foreign currency inflow realized by tourism, the three are Mediterranean: France, Spain and Italy. Tourism contributes to economic development of the observed countries because it influences the increase of the additional value created within activities of tourism economy. It also creates work positions not only within tourism economies of these countries, but also within their own economies and it encourages the development of economic and non-economic activities. Tourism has a wider importance on the payroll balance sheet in general. Thus, economically developed countries have assumed or are assuming actions with the view to stimulate foreign tourists to visit their countries.