



# NEKI ASPEKTI PODSTICANJA RAZVOJA TURISTIČKOG SEKTORA U REPUBLICI SRBIJI

## SOME ASPECTS TO ENCOURAGE THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST SECTOR IN THE REPUBLIC OF SERBIA

### **Kristijan Ristić**

Univerzitet "Union - Nikola Tesla", Poslovni i pravni fakultet, Beograd, Srbija

### **Nataša Marjanović**

Visoka poslovna škola strukovnih studija „Čačak“ u Beogradu, Zemun, Srbija

### **Miroslav Đuran**

Komercijalna banka AD Beograd, Beograd, Srbija

### **Gordana Radović**

Prva crnogorska banka, a. d. Podgorica, Podgorica, Crna Gora

©MESTE

JEL kategorija rada: **L83, Z32**

### **Apstrakt**

*U savremenim uslovima poslovanja, država se javlja kao moderni subjekt usmeravanja i koordinacije razvoja privrednih delatnosti. primarnih, sekundarnih i tercijalnih. U tom smislu, podsticajnim poreskim merama i drugim merama fiskalne politike, država može u priličnoj meri da podstakne razvoju turističkog sektora. Osim toga savremena država, kao što je Republika Srbija, treba da podstiče diversifikaciju preduzeća poreskim pogodnostima, a preduzetnički stil upravljanja fiskalnim mehanizmima. Moderna država štiti tzv. istorijsko poslovno jezgro preduzeća dodatnim poreskim stimulansima. Čak i izbor menadžmenta dobija privilegovani poreski status. Za privrede u tranziciji izuzetno je važno da država finansijski pokriva jaz između menadžerskog upravljanja rizikom i vlasničkog snošenja rizika u formi kreiranja specijalnih fondova riziko kapitala koji se poreski alimentiraju iz budžeta. Novi potencijal, Srbija može tražiti u regionalizaciji turističke destinacije i građenju poreskih kapaciteta regiona aktivnom fiskalnom politikom vodeći se iskustvima Evrope i evropskim merama. Istraživanjem i funkcionalnom analizom dometa fiskalne politike Srbije, u ovom radu, dolazimo do rezultata u kojoj meri i na koji način*

*Srbija može anticipirati i usmeravati razvoj turizma u održivom i inkluzivnom kontekstu kao okosnice ekonomskog razvoja celokupne privrede.*

*Adresa autora zaduženog za korespondenciju:*

**Kristijan Ristić**

[✉ kristijanristic.fvim@yahoo.com](mailto:kristijanristic.fvim@yahoo.com)

**Ključne reči:** turistička privreda, fiskalni stimulansi, razvoj.

### Abstract

*In modern business conditions, the state appears as a modern subject of directing and coordinating the development of economic activities. primary, secondary, and tertiary. In this sense, by stimulating tax measures and other fiscal policy measures, the state can pretty much stimulate the development of the tourism sector. In addition, a modern state, such as the Republic of Serbia, should encourage diversification of businesses with tax benefits, and an entrepreneurial style of managing fiscal mechanisms. The modern state protects the so-called the historic business core of the business with additional tax incentives. Even the choice of management gets privileged tax status. For transition economies, it is extremely important that the state financially covers the gap between managerial risk management and equity risk management in the form of creating special tax risk capital funds that are taxed from the budget. Serbia can look for new potential in regionalizing the tourist destination and building the tax capacity of the region through an active fiscal policy, guided by the experience of Europe and European measures. Through the research and functional analysis of the scope of Serbia fiscal policy, in this paper, we come to the extent to which and how Serbia can anticipate and direct tourism development in a sustainable and inclusive context as the backbone of the economic development of the entire economy.*

**Keywords:** touristic industry, fiscal stimulus, development.

## 1 UVOD

Značajem turizma za razvoj privrede u socijalnom, ekonomskom i ekološkom kontekstu, kao i elementima održivosti razvoja turizma bavila su se mnoga istraživanja. Autori Lekić, Pušara i Mirjanić (2018) poentiraju da je turizam važan segment privrednog rasta i razvoja, i da predstavlja jednu od propulzivnijih grana privrede, koja osim ekonomskog utiče i na socijalni razvoj društva u celini jer turizam čine prvenstveno ljudi, povezani u jedinstvenoj ponudi koju kreiraju proizvodne delatnosti.

Evidentna i nesporna veza postoji između turizma kao tercijalne delatnosti i ekonomskog razvoja gde je u nekim državama turizam podsticao i uticao na ekonomski razvoj, negde je ekonomski razvoj uticao na razvoj turizma, a negde je ova veza bila dvosmerna. Po Bošković (2009a) u teoriji je dugo bio opšte prihvaćen stav da je turizam samo izvedena, posledična pojava privrednog razvoja te se takav stav objašnjavao time da pozitivni uticaji turizma na privredni razvoj pretpostavljaju prethodno dostignut određeni nivo opšteg društvenog i privrednog razvoja.

Veliki broj empirijskih istraživanja navode da ukupno učešće turizma uključuje direktan, indirektan i indukovani uticaj na bruto domaći proizvod (BDP). Direktno učešće podrazumeva ukupnu potrošnju u određenoj zemlji na putovanja

i turizam rezidenata i nerezidenata u poslovne i rekreativne svrhe dok indirektno učešće obuhvata deo BDP generisan investicionom delatnošću (izgradnja hotela, nabavka aviona i dr.), opšte troškove države namenjene podršci turističkoj delatnosti (turistički marketing i promocija, avio saobraćaj i komunalne usluge), kao i domaće nabavke roba i usluga koje su u direktnoj vezi sa turistima. (Lekić, Pušara, & Mirjanić. 2018)

Iako u teoriji postoji visok stepen saglasnosti da turizam ima pozitivne 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. Međutim nesporno je da turizam se danas smatra globalnim ekonomskim fenomenom, i privrednom granom koja posle naftne i hemijske industrije, najviše doprinosi ekonomskom rastu i razvoju svetske ekonomije. (Bošković, 2009b)

U tom kontekstu, treba istaći da turizam putem multiplikativne funkcije pokreće skoro sve grane domaće ekonomije i tako stvara multiplikatore rasta društvenog bruto proizvoda, zaposlenosti i investicija. Podsticanjem razvoja nerazvijenih područja, turizam može postati generator razvoja nerazvijenih područja. Turizam, dalje, ima eksplicitan uticaj na makroekonomske agregate i povećava makroekonomsku stabilnost svake

države. Omogućava brži regionalni i lokalni razvoj kao i porast zaposlenosti u nerazvijenim područjima i turistički atraktivnim destinacijama i to prvenstveno direktnu zaposlenost (Lekić, Pušara, & Mirjanić, 2018) koja u turizmu podrazumeva angažovanje radnika u hotelima, restoranima, turističkim agencijama, turističkim informativnim centrima itd., a svakako i indirektnu zaposlenost koja se odnosi na zaposlenost u delatnostima koje su posredno povezane sa turizmom i ostvaruju značajne koristi od turizma kao što su na primer građevinarstvo i trgovina,

Ako je turizam u početku bio privilegija malobrojnih privilegovanih pojedinaca, danas u turističkim kretanjima učestvuje više od milijardu ljudi godišnje. Globalizacija, više slobodnog vremena, industrijska, tehnološka i saobraćajna revolucija i razvoj građanske klase, uticali su na pozicioniranje turizma kao jednog od najvažnijih faktora ekonomskog razvoja u svetu. Turizam ostvaruje više od 9% ukupnog bruto društvenog proizvoda u svetu, sa godišnjim prihodima od 1,3 biliona dolara. Jedan od jedanaest zaposlenih u svetu radi u turizmu, dok je svaka treća pružena usluga ostvarena u sektoru turizma. (n.d, 2018) (n. d., 2018)

Republika Srbija ima značajne komparativne prednosti u turizmu, jer poseduje raznovrsnu strukturu turističke ponude, nalazi se u blizini tradicionalnih i novih turističkih tržišta, ima dugu istoriju i opštu prepoznatljivost, očuvane prirodne resurse, srazmerno dobre komunikacije i poseduje veliki ljudski potencijal. Ovde možemo istaći prednosti *seoskog turizma, ekoturizma, etnoturizma, privrednog turizma, poslovnog turizma, zdravstvenog turizma, kongresnog turizma, zimskog turizma i banjskog turizma.*

Evidentno pozitivni rezultati turizma Srbije, koji se ogledaju u porastu inostrane turističke tražnje i prihoda od inostranih turista proteklih godina, ali i „buđenja” domaće turističke tražnje, duguju dobrim delom zahvalnost intervenciji države. Inteligentnom turističkom politikom (ulaganje u razvoj infrastrukture, promovisanje investicija u privatnom sektoru, razvoj novih prilika za zapošljavanje i povećanje atraktivnosti Dunavske regije u Srbiji među investitorima, te drugih atraktivnih turističkim područja kojima Srbija itekako obiluje) u narednom periodu je moguće podržati i dalje podstaći taj rast.

## 2 JAČANJE KONKURENTNOSTI TURIZMA KAO OSNOVA STRATEGIJE NJEGOVOG RAZVOJA U REPUBLICI SRBIJI

Vlada Republike Srbije, u novembru 2016. godine, donela je Strategiju razvoja turizma Republike Srbije za period od 2016. do 2025. godine ("Sl. glasnik RS", br. 98/2016). Ova strategija će unaprediti uslove za razvoj i povećati konkurentnost sektora turizma Republike Srbije. U tom smislu ova strategija pripremljena je u skladu sa članom 7. Zakona o turizmu ("Sl. glasnik RS", br. 17/2019) Strategija sadrži: analizu postojećeg stanja i dosadašnjeg stepena razvoja turizma, uporednu analizu turizma konkurentskih zemalja, analizu prednosti i nedostataka turizma, poslovnu misiju, viziju i ciljeve razvoja turizma, izbor prioriternih turističkih proizvoda, predlog prioriternih turističkih destinacija, analizu uticaja na kulturno nasleđe i prirodna dobra i predlog politike razvoja turizma. Budući da je Strategija razvoja turizma Republike Srbije („Službeni glasnik RS”, broj 91/06) koja je doneta za period od 2006. do 2015. godine prestala da važi, a koja je odredila fundamentalne smernice za sektor turizma u Republici Srbiji na duži rok, pristupilo se izradi novog strateškog dokumenta. Cilj nove strategije je da se turizmu pristupi sistemski, ne samo kroz ekonomske pokazatelje već i kroz multiplikativne efekte koje turizam ima na ukupan društveno-socijalni razvoj, lokalni i regionalni razvoj, na razvoj kulture i obrazovanja, unapređenje životne sredine i na razvoj komplementarnih delatnosti (trgovine, poljoprivrede, građevinarstva i dr).

Prema dokumentima OECD-u (2001, 7), državne intervencije u tržišnim privredama obuhvataju različite vidove finansijske pomoći, regulacije i direktne investicije. Mere države namenjene unapređenju investicione klime i opštih uslova privređivanja, obuhvataju i privredne subjekte u sektoru turizma. Uloga ovih mera je da podstiču i ubrzavaju efikasnost, jednakost za sve tržišne učesnike i stabilnost poslovanja (OECD, 2001, 8). Međutim, imajući u vidu neiskorišćen potencijal, kao i procenjene pozitivne efekte na srpsku ekonomiju, Srbija je donela niz podsticajnih mera kroz različite programe koji treba da obezbede (Zečević & Pindžo, 2016): održiv ekonomski, socijalni razvoj i razvoj životne sredine turizma u Srbiji; jačanje konkurentnosti turističke privrede i

sa njom povezanih delatnosti na domaćem i međunarodnom tržištu; povećanje direktnog učešća turističke privrede u BDP-u, kao i ukupnog broja zaposlenih; unapređenje imidža Srbije. Postojeći sistem podsticajnih mera za razvoj turizma u Republici Srbiji sprovodi se putem:

1. Programa rasporeda i korišćenja subvencija i dotacija namenjenih za projekte razvoja turizma koji uključuju:
  - a. projekte unapređenja infrastrukture,
  - b. projekte edukacije i promocije
2. Uredbe o uslovima i načinu dodele i korišćenja kreditnih sredstava za podsticanje kvaliteta turističke ponude (Službeni glasnik RS, broj 3/16)
3. Uredbe o uslovima, načinu dodele i korišćenja sredstava za podsticanje unapređenja turističkog prometa domaćih turista na teritoriji Republike Srbije (Službeni glasnik RS, broj 113/15)
4. Uredbe o uslovima i načinu dodele i korišćenja sredstva za podsticanje unapređenja organizovanog turističkog prometa stranih turista na teritoriji Republike Srbije (Službeni glasnik RS, broj 6/19).

Ako pođemo dalje u analizu strategije Republike Srbije konstatujemo da se ona u delimičnoj meri oslanja ili ima elemenata koji su analizirani i empirijski validirani u Globalnoj reviji fiskalnih stimulansa, međutim, obzirom na kapacitete Republike Srbije u smislu turističkih potencijala i resursa i značajnog mesta turističke delatnosti u ukupnoj ekonomskoj politici Srbije značajno bi bilo uzeti u obzir setove mera i paketa koje preporučuje Revija. Revija pokazuje značaj fiskalnih stimulansa na tržištu rada i potprduje rast društvenog bruto proizvoda u odnosu na određeni procenat fiskalne stimulacije privređivanja po delatnostima i u odnosu na poslovne cikluse, stepen razvoja zemlje te i u okviru kriznih scenarija. (EC-IILS, n. d.)

### 3 SPECIFIČNOST I TURISTIČKOG SEKTORA I DRŽAVNOG AKTIVIZMA

Savremeni turizam karakteriše pluralizacija vlasničkih odnosa i diversifikacija svojinskih struktura, koje po pravilu slede fuzije, razdvajanja, stečaji, likvidacije, bankrotstvo, kupoprodaje preduzeća i prodaje pojedinih delova preduzeća,

kako bi se promenili titulari svojine turističkih kapaciteta. Finansijska konsolidacija preduzeća i njegovo restrukturiranje treba da prati finansijska pomoć države. Razvojne premije, subvencije i refleksije su mehanizmi moderne države kojim ona direktno „investira“ u turistički biznis, dok oslobođenja od poreza i kreditne olakšice, nominuju indirektno investiranje bilo koje države, pa i Srbije u tradicionalne proizvodne delatnosti na srpskom selu (kao što poljoprivredu, stočarstvo, ratarstvo, voćarstvo, vinogradarstvo, povrtarstvo, lov i ribolov) i zanatske aktivnosti (mlinarski, lončarski, grnčarski, ćurčijski, sarački, užarski, krojački, tkački, kožarski).

Fiskalna politika utiče na kvalitet turističke ekonomije kao solidarni izraz rentabilnosti, koji derivira iz vrednosti izraženih odnosa između efekata i ulaganja. Fiskalna politika treba da inkorporira indikatore rentabiliteta ukupnog, sopstvenog i pozajmljenog kapitala i angažovanih sredstava, sa specifičnim apostrofiranjem efekata kvantuma poreza i doprinosa na stopu rentabilnosti (Favero, Giavazzi, & Perego, 2011). Zato je važno kategoriju neto dobitka očistiti od mase poreza i doprinosa kako bi nivo realizovane stope rentabilnosti reprezentovao nivo finansijske samostalnosti turističkog sektora, pogotovu u procesu transformacije komparativnih i konkurentskih prednosti i procesa restrukturiranja i privatizacije. Zato postoje i poslovni i poreski motivi:

1. poslovni motivi su, po pravilu vezani za tržišno privređivanje turističkog preduzeća i njegovu profitabilnost;
2. fiskalni motivi su vezani za utvrđivanje vrednosti turističkog preduzeća kao materijalne osnovice za obračun i uplatu poreza i doprinosa.

Svakako, tu je prisutan i poslovni rizik, koji reflektuje neizvesnost u procesu realizacije očekivanog poslovnog dobitka, kao prinosa za poslovna sredstva. Njega sledi finansijski rizik koji je uslovljen nezavisnošću budućeg neto dobitka kao prinosa na sopstvena poslovna sredstva. Finansijski rizik je utoliko veći ukoliko postoji realna pretnja, da cena pozajmljenog kapitala bude veća od stope prinosa na ukupna poslovna sredstva razvoja turističkog potencijala i razvoja nekih turističkih proizvoda. Finansijski rizik se povećava sa porastom visine rashoda

finansiranja, koji zavise od visine pozajmljenih izvora, visine kamatne stope, visine plasmana i kamatnih stopa na plasmane, i nivoa poreskih stopa. Zato je fiskalna politika prisutna na tržištu finansijskih rizika da ublaži udare i neutrališe šokove. U tržišnim privredama je za savremenu državu važan finansijski položaj preduzeća, koji je determinisan strukturom izvora finansiranja, odnosno strukturom kapitala. U tom kontekstu, sopstveni kapital, koji nije fiskalno opterećen, čini preduzeće finansijski nezavisnim i samostalnim, jer je manji stepen zaduženosti izraz veće finansijske sigurnosti preduzeća. Zato je važno da racionalna fiskalna politika igra na kartu projektovanja takve strukture kapitala u kojoj je odnos između tuđeg i sopstvenog kapitala 1:1. Potpomognuto pravilo jednakosti fiskalnim putem reflektuje pravilo izravnjanja rizika, i to je od izuzetne važnosti na turističkoj mapi sa stanovišta razvijenih turističkih destinacija, lanca turističkih vrednosti, kulturnih i prirodnih resursa, hotelsko-ugostiteljske ponude i turističkog imidža i turističkog brendinga (Ristić & Komazec, 2013).

## 4 PODRUČJA NEKIH VAŽNIJIH PODSTICAJA DRŽAVE U SEKTORU TURIZMA

### 4.1 Podsticaji u sferi izvora finansiranja

U savremenim tržišnim uslovima različiti oblici turističkih preduzeća imaju, po pravilu, različitu strukturu kapitala, odnosno finansijsku strukturu. Najviše diversifikovanu strukturu kapitala, svakako, imaju deoničarska društva koja se finansiraju kapitalom iz internih izvora (akumulirani dobitak i amortizacija) i eksternih izvora (pozajmljeni i akcijski kapital). Poreska politika, u tom kontekstu, mora položiti svoj najteži ekonomski ispit: stimulisati razvoj kapitala iz internih izvora i nepenalizovati razvoj pozajmljenog kapitala, i, posebno, akcijskog kapitala, koji se pribavlja emisijom i prodajom običnih i preferencijalnih akcija. U inicijalnoj fazi razvoja akcijskog kapitala, poreska politika treba neutralno da deluje na cenu kapitala pribavljenog emisijom hartija od vrednosti, budući da se ta cena kapitala javlja kao diskontna stopa koja niveliše sadašnju vrednost izdavanja gotovine po osnovu akcija sa sadašnjom vrednošću primanja gotovine po osnovu prodaje deonica. Rečju, cena kapitala reprezentuje realne troškove finansiranja

turističkog sektora bez poreske ingerencije. Viši nivo poreske privilegije može se pojaviti kod internog izvora, koji nominuje tzv. akumulirani dobitak, pošto se cena akumuliranog dobitka može predstaviti putem oportunitetnih troškova, koji zapravo reflektuju cenu akcijskog kapitala turističkog imidža i pomenutih kulturnih i prirodnih potencijala u funkciji razvoja održivog turizma i zaštite životne okoline (prilagođeno prema: Ristić & Ristić, 2013).

### 4.2 Podsticaji u procesu prestrukturiranja

U savremenoj praksi poznate su dve opcije prestrukturiranja preduzeća:

1. opcija strategijskog prestrukturiranja i
2. opcija finansijskog prestrukturiranja.

Prva opcija inkorporira restrukturizaciju poslovnog portfolija, reviziju sistema upravljanja i rukovođenja, reprogramiranje troškova i dugova, redefinisane menadžmenta i marketinga i izmenu investicione strategije i rasta turističkog preduzeća, dok druga opcija implicira povećanje leveridža, prodaju preduzeća, rasprodaju određenih delova turističkog preduzeća, program otkupa akcija i otpise. Konačno, poslovno restrukturiranje orijentiše se na proces povećanja ekonomske vrednosti turističkog preduzeća i sticanje neprikosnovene konkurentne prednosti, što racionalno osmišljena fiskalna politika mora da prati selektivnom poreskom politikom i podsticajnom budžetskom politikom. To bi u osnovi moglo da reflektuje svojevrstu inovaciju ekonomske ponude na mikro nivou čija fiskalna formula podstiče štednju, rad, inicijativu, ulaganja i konkurenciju, naročito sa stanovišta razvoja globalnog turizma.

### 4.3 Podsticaji u području finansijskih aranžmana

Država treba da podstiče razvoj lizinga, faktoringa i forfetinga. Lizing aranžmani omogućavaju zakupcu da ne angažuje sopstvena sredstva niti tuđa sredstva (kredit, zajmovi) za "kupovinu" opreme, koja se amortizuje u toku eksploatacije (opreme, mašina, brodova, aviona), a ne na osnovu tehnološke zastarelost (Bergman & Hutchinson, 2015). U tom kontekstu, aktivni korisnici lizing aktivnosti su utoliko više ekonomski motivisani ukoliko im stimulaturna poreska politika omogućava da zakupnina, koja se plaća za

korišćenu opremu, ulazi neoporezovana u redovne troškove proizvodnje (rashodi poslovanja). Taj neporeski tretman lizinga, posebno bi došao do izražaja u slučaju kada je ugovorom o lizingu dato pravo kupovine po isteku ugovora o lizingu. Specijalna poreska politika za lizing aranžmane, dakle, treba da osigura ekonomsko korišćenje pokretnih i nepokretnih investicionih dobara i da, na taj način, vlasništvo nad sredstvima tretira kao rizik sa stanovišta oporezivanja imovine preduzeća. Praktično, moderna poreska politika omogućava permanentno nefiskalno zadovoljavanje potreba za know-how, a korisniku lizinga doprinosi povoljnijem odnosu između prihoda od prodaje svojih proizvoda i rashoda po osnovu uzimanja u zakup, odnosno po osnovu kupovine objekata za odmor na selu (za investitore) ili za kupovinu kuća u selu (za investitore iz dijaspore).

Poreska politika treba da podržava faktoring kao poslovni aranžman između komitenta (poslovnog subjekta) koji prodaje svoja potraživanja od kupca i faktora (poslovnog subjekta) koji kupuje ta potraživanja. Kupoprodaja između faktora i komitenta treba da ima neporeski tretman iz razloga što se jedan oblik izvora sredstava nižeg stepena sigurnosti (potraživanja) konvertuje u drugi izvor sredstava višeg stepena sigurnosti (raspoloživa novčana sredstva). Iznos gotovog novca je manji od iznosa fakturisanog potraživanja za iznos troškova naplate potraživanja i kamate na dati avans, i, eventualno, za rezerve za mogući rizik u naplati potraživanja. I komitenta (koji je potraživanje od kupca pretvorio u gotov novac) i faktora (koji je postao novi poverilac) ne treba oporezovati, pošto doprinose poboljšanju finansijske strukture turističkih preduzeća, koja su u uslovima globalne finansijske krize upala u klopku nelikvidnosti.

I forfaiting, koji predstavlja poslovni aranžman između forfertera (poslovni subjekt), koji kupuje potraživanja i komitenta (poslovni subjekt), koji prodaje dotično potraživanje, treba da ima specijalan fiskalni tretman, bilo u formi kvantitativno savremene poreske olakšice, ili u formi potpunog poreskog oslobođenja (pošto se prodaju potraživanja sa rokom dospeća od 6 meseci do 6 godina). U forfaiting aranžmanu, svaki forfeter kupuje potraživanje u nominalnom iznosu po odbitku kamate i bankarske provizije. Država poreskim putem pomaže razvoj ovog izvora

sredstava, uz obaveznu liberalizaciju domaćeg tržišta i njegovu atraktivizaciju za inostranog kupca (pošto forfaiting ima za predmet kupoprodaje potraživanja od strane stranog kupca). No, cena koštanja forfetera mora biti poreski korigovana i za iznos prihoda koji potiču od ugleda komitenta, kao inostranih partnera, koji kupuju dugove turističkog sektora (Stakić & Stamatović, 2003).

#### 4.4 Podsticaji u području strategijskog načina razmišljanja u upravljanju turističkim sektorom u celini i svakim preduzećem

Makroekonomsko fiskalno upravljanje jeste moderna funkcija organizovane države kojom se obezbeđuje dinamička stabilnost turističkog rasta, postupna transformacija turističkih struktura, visok stepen preduzetničke sigurnosti, slobodan pristup resursima, razvijena mreža turističke infrastrukture, ravnomerna difuzija tehnoloških inovacija i akceleratori razvoj aplikativnih istraživanja i naučnih informacija. Internacionalizacija turističke proizvodnje i povećanje tržišnih turističkih transakcija doprinele su da se država pojavi kao moderni subjekt usmeravanja i koordinacije razvoja, kao participant u finansiranju infrastrukture i moderator nove strukture (preuzimanjem tzv. ktitorske uloge) i kao afirmator strategijskog menadžmenta (kao novi naučni pristup u upravljanju razvojem, odnosno budućnošću). Država je, u tom smislu, podsticajnim poreskim merama doprinela razvoju menadžerstva kao posloводства - moderno organizovanje rada u turizmu, finansijsko upravljanje, upravljanje kadrovima, planiranje prodaje, istraživanje tržišta, poslovno planiranje, poslovno odlučivanje, istraživanje razvoja, public relations, organizaciono ponašanje, upravljanje tehnologijom, menadžment proizvoda, menadžment marketinga.

#### 4.5 Podsticaji u području inovacija

Putem selektivne i podsticajne poreske politike, naša država tretira inovacije kao sastavni deo razvojnih programa. Budžetskim putem, država osigurava sredstva za formiranje centara za inovacije, za pružanje konsultantskih usluga (pri izboru domaće i strane tehnologije), za formiranje banke podataka pronalazaka i tehničkih unapređenja, za strukturno prilagođavanje, za

povećanje efikasnosti istraživačko-razvojnog rada, za razvoj infrastrukture na principu partnerskog razvoja turizma i javno-privatnog partnerstava u finansiranju strukturnog razvoja turističkog sektora (Petrović, Ristić, & Miljković, 2017). Mnoštvo je finansijskih podsticaja i olakšica koje reflektuju repertoar mera i instrumenata monetarne i fiskalne politike kao instrumenta održivog razvoja turističke ekonomije (kao što su direktna ulaganja države u razvoj kapitalne infrastrukture turističke privrede, dodela bespovratnih sredstava za otvaranje novih radnih mesta, razvojni krediti sa beneficiranim kamatama, državne garancije za otplatu komercijalnih kredita, subvencionisanje cena kapitala, poreske olakšice za nekretnine, preferencijalna cena energenata, smanjenje komunalnih doprinosa i naknada, redukcija carinskih davanja na uvezenu robu, poresko oslobađanje za reinvestiranu dobit i povoljni koncesioni ugovori (Andrez, 2014).

#### 4.6 Podsticaji u području preduzetništva i poslovne saradnje kroz mreže preduzetnika

Sistem poreske podrške turističkog preduzetništva i malog biznisa u turističkoj privredi naročito je razvijen u zemljama Evropske unije, pa je preporučljivo da ih koristi i Srbija kao primer dobre prakse (Mihić, et. al., 2013). U tom kontekstu, za podsticanje razvoja malih i srednjih privatnih preduzeća i preduzetništva važna je vladina pomoć u stvaranju povoljne klime za turistički biznis, vladina pomoć u osiguranju finansijskih sredstava, pomoć države u turističkim informacijama, pomoć malim turističkim firmama u obuci kadrova i pomoć u poboljšanju izvozne ponude turističkih proizvoda (prilagođeno prema: Ristić, 2016).

Stvaranje povoljne biznis klime reflektuje proces obezbeđivanja uslova za opstanak i rast turističkog preduzeća, i nagrađivanje turističke inicijative i poslovnog uspeha. Deregulacija i privatizacija zajedno sa razvijanjem monopolskog ponašanja i antikonkurentne prakse kreirale su nove prostore za mala turistička preduzeća. Rast vladinih porudžbina reducirao je nesigurnost u malom biznisu i proširio preduzetničku inicijativu. Vladino podržavanje projekata, koji promovišu preduzetnički duh i minimiziraju rizik, dopunski stimuliše biznis klimu. Smanjenje stope

oporezivanja dobiti turističkog preduzeća, povećanje iznosa profita koji se ne oporezuje, ukidanje poreza na dohodak od investicija, povećanje koristi od reformisanja oporezivanja nasleđa, ukidanje takse na doživotne poklone kapitalnih dobara i promene u oporezovanju dodatne vrednosti (VAT) jesu specijalni fiskalni repertoar savremene države koja podržava brzi rast malog biznisa i srednjih preduzeća u turizmu, hotelijerstvu i ugostiteljstvu : etno restorani, krčme, konaci, vajati, salaši, arhaična mesta služenja hrane i pića, majstorske radionice, narodni običaji vezani za slave, krštenja, venčanja, crkvenih obreda, suvenirnice, rukotvorine, umetnički ateljei, galerijska izlaganja itd. (prilagođeno prema: Ristić & Ristić 2013).

Vladina pomoć u obezbeđenju finansijskih sredstava sastojala bi se u formulaciji programa pomoći preduzetnicima kako bi se što veći broj nezaposlenih (naročito mladih stručnjaka) podstakao na formiranje tzv. sopstvenih turističkih preduzeća, na samozapošljavanje sa neporeskim tretmanom od 3 do 5 godina, pod uslovima da nadoknadu za nezaposlenost ne primaju duže od tri godine dana. Ovaj program pratio bi program garantovanih zajmova na osnovu kojih država garantuje 75% zajmova koji se odobravaju malom turističkom biznisu na period od 3 do 10 godina. Država daje garancije bankama koje odobravaju zajmove malim preduzećima, s tim što država za svoje usluge naplaćuje premiju u iznosu od 1% kako troškovi ne bi pali na teret državnog budžeta. Najzad ovaj program pratio bi program za ekspanziju rasta turističkih preduzeća sa perspektivnim potencijalima za rast konkurentne snage koje bi emitovale akcije oslobođene od poreza. Finansijske potpore bi išle na teret poreskih prihoda budžeta kao nagrada za diversifikaciju programa konsultantskih šema (Ristić & Ristić 2013).

Razvoj mreže poslovne kooperacije doprineo bi uspostavljanju partnerskih odnosa koji bi se finansirali iz dotacija i refundiranih poreza. U krajnjoj instanci, kreirao bi se „preduzetnički inkubator“ u kome bi svoje mesto našli i menadžeri i preduzeća i ideje, u formi razvoja aktivnog i novog tzv. ekstremnog turizma (letenje vojnim lovcima, helikopterima, padobranima, paraglajderima, surfovanje, snowboard-ovanje, speleo-avanture, skijanje, podmorničarenje, splavarenje, bandži džampingovanje, bejz

džamping), koji vodi razvoju avanturističkog turizma, koji se završava susretima na vinskim putevima enološkog turizma (Begović, Marinković & Paunović, 2017).

Država mora da podrži inovacije programa poslovnih škola, koledža, fakulteta i univerziteta, koji razvijaju preduzetnički duh i biznis inicijativu, saradnju sa malim i srednjim preduzećima i pripremaju "mlade lidere" za razvoj mini turističkih preduzeća.

Finansijsku podršku perspektivnim preduzetnicima treba obezbediti iz specijalnih fondova. Specijalni zajmovi davali bi se mladim privrednicima koji se specijalno pripremaju za razvoj depresiranih područja. Vlada bi posebno razvijala biznis inicijative za etničke manjine koje su spremne (naročito pojedinci) da formiraju svoj biznis sa specijalnim poreskim tretmanom. Korporacije za urbani turistički razvoj pružale bi razne pomoći za formiranje lokalnih privatnih firmi kroz učešće u troškovima zakupa. Konačno, specijalističke konsultantske agencije pružale bi pomoć (stručnu, informacionu i finansijsku) specifičnim socijalnim grupama u čijoj strukturi dominiraju žene (siromašne nezaposlene žene ili žene sa većim brojem dece).

#### 4.7 Podsticaji u području privlačenja stranih investicija

Isprobani način privlačenja kapitala stranih kompanija reflektuje tzv. detaksaciono poslovanje privatnih turističkih preduzetnika bez plaćanja poreza na ostvareni prihod (dobit firme) za određeni broj godina, koji obično seže od 7 do 11 godina. Tako se fiskalnim putem dugoročno stimulišu ulaganja inostranih partnera u razvojne projekte zemlje koja nudi specijalne fiskalne beneficije i koncesije. Vreme potpunog mirovanja poreza jeste vreme fiskalnih privilegija koje može strancu da omogući i:

1. sticanje vlasništva nad domaćim turističkim preduzećem,
2. obezbeđenje dozvole za sticanje vlasništva nad zemljištem,
3. pravo na oslobađanje od plaćanja carina,
4. pravo na oslobađanje (delimično ili u potpunosti) od plaćanja poreza na dohodak fizičkih lica,
5. dobijanje povlastica u pogledu oporezivanja dividendi, itd.

Fiskalni tretman stranih ulaganja mogao bi se tokom vremena diversifikovati sa stanovišta stabilnosti uslova ulaganja izvoznica kapitala kako bi se dugoročno postigla transparentna investiciona klima za strane ulagače (Andevski, Urošević & Stamatović, 2012).

#### 4.8 Podsticaj brendiranju destinacija

Ekonomija "dunavske grede", ekonomski razvoj Podunavlja, menadžment resursnih destinacija (sa stanovišta razvoja marina, nautičkih čartera, rečnih krstarenja, vožnja u čamcima, biciklistička takmičenja, turistički šopovi, turistička signalizacija tzv. low-cost avio prevoznici, avio čarter kompanije, kulturno-zabavno rekreativne aktivnosti na Dunavu) i boravak u prirodi (šetnja, rekreacija, bavljenje sportom, obilazak pećina, izvora, vodopada, mogućnost lova i ribolova, jahanja, planinarenja, branja šumskih plodova i lekovitog bilja) reprezentuju novi tržišni brend i promotivni turistički imidž srpske privrede. U tom smislu je potrebno uložiti napore u ovakve destinacije koje imaju određene prednosti i na osnovu toga graditi brend destinacije.

### 5 ZAKLJUČAK

U procesu transformacije komparativnih u konkurentne prednosti turističkih kapaciteta, izgradnje moderne turističke infrastrukture i novih turističkih proizvoda u atraktivnim turističkim destinacijama, promovisanja turističkog imidža srpske privrede i diversifikovanja ponude turističkih brendova imperativno je reformisati i fiskalni sektor, kao makroekonomske poluge održivog razvoja. Formula fiskalnih podsticajnih mera i instrumenata inkorporira javno-privatno partnerstvo u finansiranju turističkog razvoja i kapaciteta turističke infrastrukture, dodelu bespovratnih sredstava za otvaranje novih radnih mesta, razvojne kredite sa beneficiranim kamatama, državne garancije za otplatu komercijalnih kredita, reduciranje komunalnih doprinosa, smanjenje carinskih dažbina za opremu, uvođenje poreskog kredita za reinvestiranu dobit, poreske olakšice za turizam u nerazvijenim područjima, poreske olakšice za nekretnine, itd.

U tom kontekstu, razvojna fiskalna politika kao forma državnog aktivizma ima zadatak da promoviše državu kao stožera i generatora razvoja turističkog sektora, podrške privatnoj inicijativi u oblasti turističkih usluga i u konačnici

ključnog aktera na polju održivosti turizma kao delatnostima koje značajnije generišu ekonomski rast te i ciljevi fiskalne politike u kriznim vremenima. Pitanja ostavljamo za buduća istraživanja.

## CITIRANA DELA

- Andevski, M., Urošević, S., & Stamatović, M. (2012). Discourse of sustainable development-a base of environmental education in Serbia. *Environmental Engineering and Management Journal-EEMJ*, 11(9), 1821-1836.
- Andrez, P. (2014). Compendium of fiscal incentives in Europe. (online). Dostupno na <http://www.eban.org/wp-content/uploads/2014/09/12.-Compendium-fiscal-incentives-2012.pdf>.
- Begović, B., Marinković, T. & Paunović, M. (2017). A case for introduction of numeral fiscal rules in Serbian Constitution. *Economic annals*, (212), 7-42. Beograd: Ekonomski fakultet.
- Bergman, U.M. & Hutchinson, M. (2015). Economic stabilization in the Post-Crisis World: Are Fiscal Rules the Answer? *Journal of International Money and Finance*, p.p. 82-101.
- Bošković, T. (2009). Turizam kao faktor privrednog razvoja. *Naučnostručni časopis - Škola biznisa*, Visoka poslovna škola Novi Sad, p.p. 23-28.
- EC-IILS. (n. d.). *A review of global fiscal stimulus*. Preuzeto 04 30, 2020 sa International Institute for Labor Studies: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms\\_194175.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms_194175.pdf)
- Favero, C., Giavazzi, F. & Perego, J. (2011). Country heterogeneity and the international evidence on the effects of fiscal policy. Working Paper 17272, National Bureau of Economic Research.
- Lekić, N., Pušara, N. & Mirjanić, B. (2018). Sektor turizma kao faktor razvoja nacionalne ekonomije Republike Srbije. Zbornik radova: Jahorinski polsovni forum. Istično Sarajevo: Ekonomski fakultet, Pale. p. p. 330-335.
- Mihić, S., Muhi, B., Domazet S., Mihajlović, M., & Supić, D. (2013). Razvojni pravci turizma uz podršku fondova Evropske unije - šansa za privredni oporavak Vojvodine. *Poslovna ekonomija*, 7(2), 271-298.
- Ministarstvo trgovine, telekomunikacija i turizma (2016). Strategija razvoja turizma Republike Srbije za period od 2016. do 2025.godine. "Sl. glasnik RS", br. 98/2016 Dostupno na <https://mtt.gov.rs/download/3/strategija.pdf>
- Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija (2016). Uredba o uslovima i načinu dodele i korišćenja kreditnih sredstava za podsticanje kvaliteta turističke ponude, Službeni glasnik RS, broj 3/16;
- Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija (2016). Uredba o uslovima, načinu dodele i korišćenja sredstava za podsticanje unapređenja turističkog prometa domaćih turista na teritoriji Republike Srbije. Službeni glasnik RS, broj 113/15);
- Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija (2016). Uredba o uslovima i načinu dodele i korišćenja sredstva za podsticanje unapređenja organizovanog turističkog prometa stranih turista na teritoriji Republike Srbije.
- n. d. (2018, 08 20). *Zašto je turizam (za Srbiju) važan?* Preuzeto 04 01, 2020 sa Turizam i putovanja: <https://www.turizamiputovanja.com/zasto-je-turizam-za-srbiju-vazan/>
- OECD (2001). Competition Policy in Subsidies and State Aid. OECD Policy Roundtables. Directorate for Financial, Fiscal and Enterprise Affairs Committee on Competition Law and Policy, OECD, Paris.

Petrović, P., Ristić, K., & Miljković, Lj. (2017). Uticaj programa podrške institucijama za regionalni razvoj i prekograničnu saradnju. Međunarodni naučni skup: Institucije i ekonomija – Šta (ne) možemo uraditi bolje. Andrićgrad: Ekonomski fakultet Pale, Zbornik radova, 128-140.

Ristić, K., & Ristić, Ž. (2013). Fiskalna ekonomija. Beograd: Etnostil.

Ristić, Ž. (2016). Fiskalni menadžment i ekonomija javnog sektora. Beograd: Etnostil.

Ristić, Ž., & Komazec, S. (2013). Ekonomija kapitala i finansiranje razvoja. Beograd: Etnostil.

Stakić, B., & Stamatović, M. (2003). Finansijski lizing. Beograd: Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje.

Zakon o turizmu ("Sl. glasnik RS", br. 17/2019)

Zečević, B & Pindžo, R. (2016). Uloga podsticaja u unapređenju konkurentnosti turističke dsestacije:Primer Republike Srbije. Conference: Economy Today: Freedom, Competition and Incentives, At University of Eastern Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, Volume: 547

Datum prve prijave: 19.02.2020.

Datum poslednje korekcije rada: 03.06.2020.

Datum prihvatanja članka: 01.10.2020.

### Kako citirati ovaj rad? / How to cite this article?

#### Style – *APA Sixth Edition*:

Ristić, K., Marjanović, N., Đuran, M., & Radović, G. (2020, 10 15). Neki aspekti podsticanja razvoja turističkog sektora u Republici Srbiji. (Z. Čekerevac, Ur.) *FBIM Transactions*, 8(2), 140-149. doi:10.12709/fbim.08.08.02.15

#### Style – *Chicago Sixteenth Edition*:

Ristić, Kristijan, Nataša Marjanović, Miroslav Đuran, i Gordana Radović. 2020. „Neki aspekti podsticanja razvoja turističkog sektora u Republici Srbiji.“ Urednik Zoran Čekerevac. *FBIM Transactions* (MESTE) 8 (2): 140-149. doi:10.12709/fbim.08.08.02.15.

#### Style – *GOST Name Sort*:

**Ristić Kristijan [i drugi]** Neki aspekti podsticanja razvoja turističkog sektora u Republici Srbiji [Časopis] // *FBIM Transactions* / ur. Čekerevac Zoran. - Beograd : MESTE, 15 10 2020. - 2 : T. 8. - str. 140-149.

#### Style – *Harvard Anglia*:

Ristić, K., Marjanović, N., Đuran, M. & Radović, G., 2020. Neki aspekti podsticanja razvoja turističkog sektora u Republici Srbiji. *FBIM Transactions*, 15 10, 8(2), pp. 140-149.

#### Style – *ISO 690 Numerical Reference*:

*Neki aspekti podsticanja razvoja turističkog sektora u Republici Srbiji. Ristić, Kristijan, i drugi.* [ur.] Zoran Čekerevac. 2, Beograd : MESTE, 15 10 2020, *FBIM Transactions*, T. 8, str. 140-149.