

ГЛАСНИК ГЕОГРАФСКОГ ДРУШТВА РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ
HERALD OF THE GEOGRAPHIC SOCIETY OF THE REPUBLIC OF SRPSKA

ГОДИНА 2005.
YEAR 2005.

Свеска 10
Volume 10

UDK: 338.48

Стручни рад
Silvana Đurašević*

KOMPARACIJA ALTERNATIVNIH METODOLOGIJA ZA PROCENU
UTICAJU TURIZMA

Izvod: Turizam ima značajne uticaje na turističku destinaciju. Ovaj rad ima zadatak da uporedi i stavi u kontrast alternativne metodologije raspoložive za procenu uticaja turizma. Turizam može biti jedna od alternativa razvoja destinacije, a ponekad i jedina mogućnost. Stoga je izuzetno važno uporediti koristi i troškove koje turizam donosi, sa odgovarajućim vrednostima alternativne investicije. Dobijeni rezultati predstavljaju veoma važan input za planiranje, kao i za politiku donošenja odluka.

Međutim, različite metodologije donose različite rezultate, različite tehnike imaju svoje prednosti i nedostatke. Zato je često, zavisno od potrebe neophodno kombinovati metodologije da bi se postigla maksimalna korist i minimalni troškovi, sa ekonomskog aspekta, socio-kulturološkog i razvoja sredine.

U literaturi postoji veliki broj metodologija za procenu uticaja, a u svrhu ovog rada analiziraćemo "cost-benefit" i metodologiju "multiplikatora". Biće pomenute i neke metode koje se najčešće koriste kao dopuna ili u kombinaciji sa bazičnim metodologijama.

Ključне riječi: Turist, uticaji turizma, ugostitelj, planiranje turizma, kapacitet, metodologija.

Abstract: Tourism has impacts upon a destination country. The aim of this work is to compare and contrast the alternative methodologies available for evaluating the impact of tourism. Tourism can be one of alternatives for development of a destination and sometimes the only possibility. For that reason it is very important to compare benefit and cost that tourism brings with corresponding values of alternative investment. Obtained results represent a very important input for planning and also for decision making policy.

However, different methodologies bring different results, different techniques have their own strengths and weaknesses. For that reason, depending on the need, it is important to combine the methodologies in order to achieve the maximal benefit and minimal costs, from economical aspect, socio-cultural and environmental development.

* Mr Silvana Đurašević, Budva

In literature there is a large number of methodologies, for evaluation of impacts, and for the purpose of this code we shall analyse cost-benefit and multiplier methodologies. We shall also mention some other less used methods.

Key words: tourist, host, tourism impact, tourism planning, carrying capacity, methodologies.

Uvod

Turizam kao vrlo kompleksna grana proizvodi niz uticaja na destinaciju: ekonomskih, socijalnih i uticaja sredine. Ti uticaji mogu biti pozitivni i negativni. Zbog toga je neophodno obezbediti dobro planiranje i menadžment da bi se minimizirali ili čak otklonili eventualni negativni efekti. Ekonomski uticaji su najčešće izučavani i obično se prate njihove pozitivne strane. Za razliku od toga kod socijalnih i uticaja sredine obično se posmatraju negativne strane. Njihova analiza počela je tek u poslednje vreme i to obično kad na destinaciji dođe do konflikta ili zagušenja izazvanih pojavom turizma. Zato je neophodno, prilikom planiranja proceniti sve direktnе, indirektnе ili izvedene uticaje, da bi turizam donosio benefit na duži period stanovništvu i turistima.

Izučavanje uticaja može se vršiti na različite načine. Za njihovo merenje postoji više različitih metodologija, što zavisi i od prirode samih uticaja. Kvantitativne metode za merenje ekonomskih uticaja se već duže koriste, međutim proceniti socio-kulturne i efekte sredine je mnogo teže. Naime, ono što je beneficija za jednu grupu ljudi u zajednici može biti patnja za druge, kao npr: buka, zagađenje, gužva i modifikovani stil života.

Međutim svi ovi uticaji su u međusobnoj vezi tako da je neophodno istražiti "ostvareni kapacitet", odnosno nivo turističkih aktivnosti koje na duži rok proizvode uticaje, koji su prihvatljivi kako za turiste tako i za domaćine, da bi se obezbedila održiva ekonomija na duži rok.

"Ostvareni kapacitet" zavisi od niza faktora kao što su: dužina boravka, karakteristike turista i domaćina, geografske koncentracije posetilaca kao i od stepena sezonalnosti. Ako je "ostvareni kapacitet" prekoračen, negativni uticaji na destinaciju rastu, a pozitivni se smanjuju.

Prema De'Kadt-u¹ iz kontakata koje ostvaruju turisti i gosti mogu se proizvesti važni uticaji, i pozitivni i negativni. Pozitivni obično kada turisti i domaćini razmenjuju poglеде vezano za kulturu, informacije. Negativni uticaji se više proizvode kada turista kupuje robu/usluge od domaćina, ili kada dele neke kapacitete, npr. plažu.

Da bi se obezbedilo susretanje potreba turista i domaćina, nezamenljiva je uloga uticaja istraživanja koji predstavljaju input za planiranje na turističkoj destinaciji. Uticaji se ponekad teško mogu odvojiti, i često se prate kao socio-ekonomski i socio-kulturni.

Prvo ćemo posmatrati uticaje, a zatim primeniti odgovarajuće metodologije i pokušati ih uporediti.

¹ Navodi sa predavanja Fletcher J, "Uticaji turizma", Surrey University, 1995.

1. Uticaji /ekonomski, socio-kulturalni i uticaji sredine/

1.1. Ekonomski uticaji

Kao što smo rekli ekonomski efekti mogu biti pozitivni i negativni.

Direktna ekonomска корист od turizma podrazumeva:

- povećanje deviznog priliva
- povećanje zarada
- povećanje zaposlenosti
- povećanje državnog budžeta

"Turizam može biti važna komponenta ekonomije, rangirana od 5 do 10 procenata od ukupnog nacionalnog proizvoda ili ukupnog regionalnog proizvoda za domaći i inostrani turizam u nekim velikim zemljama ili regionima, i može biti mnogo važniji u manjim zemljama sa dobro razvijenim turističkim sektorom..." (**Inskeep E, "Tourism planning", 1991, str. 385**)

Šta sve ovo podrazumeva?

U ekonomski nerazvijenim zemljama npr. povećanje zaposlenosti i zarada obezbeđuju vezivanje mlađeg segmenta ljudi za tu destinaciju, dakle smanjuju migraciju. Takođe, povećanim državnim budžetom iz raznih taksi, obezbeđuje se izgradnja infrastrukture i generalno obezbeđuje ekonomski razvoj.

Indirektna ekonomска корист od turizma je da pospešuje razvoj ostalih sektora privrede, kao poljoprivrede, raznih tipova industrijske proizvodnje, ribarstva, kupujući od njih robu i usluge. Nadalje, usavršavanje svih vidova infrastrukture, transporta, veća mogućnost zapošljavanja ženske radne snage, predstavlja veliki napredak za ekonomski i kulturni razvoj destinacije.

Međutim, ukoliko se u turizmu dobro ne planira i upravlja, pozitivni efekti mogu da se umanju, pa i izazovu negativni.

Negativni ekonomski efekti: Postoje različite prilike koje mogu da provociraju domaće stanovništvo:

- fizičko prisustvo turista
- efekti javnog pokazivanja
- inostrano vlasništvo
- zapošljavanje stranaca

1.2. Socio-kulturni uticaji

Nekontrolisanim razvojem turizma narasli **socijalni problemi** mogu da se manifestuju kroz:

- rast neželjenih aktivnosti (kocka, prostitucija, kriminal, droga)
- društveni dualizam (prihvatanje stranih vrednosti, "kačenje" na tradicionalne vrednosti, sučeljavanje u kulturnoj razmeni)
- efekti javnog pokazivanja (ponašanje, stavovi, oblačenje, potrošački obrazci)

Negativni kulturni efekti koji proizilaze iz komercijalizacije/oživljavanja kulture:

- umetnost/zanati
- ceremonije
- rituali
- muzika i ples

1.3. Uticaji sredine

Turizam utiče na promenu sredine. **Pozitivni efekti** direktnih uticaja sredine su:

- zaštita/restauracija istorijskih zgrada i lokacija
- kreiranje nacionalnih parkova
- zaštita plaža
- održavanje šuma

Međutim, da li će efekti biti pozitivni, mnogo zavisi od domaćina, da li oni prihvataju određeni razvoj.

Primera **negativnih efekata** ima dosta. Navećemo samo neke:

- uticaji na kvalitet vode, vazduha, nivoa buke
- ispuštanje otpadaka u vodu
- problemi zagađenja
- divlje ponašanje i dr.

2. Metodologije

2. 1. "Cost-benefit" analiza

"Cost-benefit" analiza se koristi u proceni uticaja turizma na nacionalnu ekonomiju. Jednostavnim listingom, procenom i upoređivanjem troškova i koristi od turizma, analitičari mogu da sagledaju problem i izaberu bolje rešenje. Ovaj prilaz analizira projekte na makro planu i to pozicije deviznog priliva, zapošljavanja, zarada i državnog budžeta u odnosu na troškove razvoja. Može da se koristi za upoređivanje troškova i koristi prilikom investitanja u različite sektore. Kad je u pitanju turizam, pored implicacija na turizam, "cost-benefit" analiza je katalizator i za ostale privredne grane koje su u interakciji sa turizmom.

Osnova za merenje ekonomskih efekata je trošak turista, koji zavisi kako od tipa turističkog tržišta, tako i od stepena razvoja. Pregled troškova turista pokazuje količinu i distribuciju turističke potrošnje koja je vrlo značajan input u fazi planiranja.

U novim oblastima, procena se vrši na bazi potrošnje u sličnim destinacijama. Prilikom planiranja, ovom faktoru, svakako se pridružuju i uticaj sredine i socio-kulturni faktori u oblasti. Takođe, uključuju se i troškovi neophodni za izgradnju infrastrukture, transporta, smeštajnih kapaciteta, restorana, postojećih kulturnih institucija, razvoja atrakcija i drugih kapaciteta.

Nadalje, kad posmatramo socijalnu stranu, treba imati u vidu i eventualne troškove koji će nastati migracijom radne snage/za medicinske i javne usluge. Dakle, pored **direktnih efekata** procenjuju se i **indirektni**, kao socijalni troškovi i koristi. Na ovaj način procenjuje se neto trošak i korist od turista na destinaciji.

Ponekad, procena može predvideti da određeni tip turizma obezbeđuje maksimalne ekonomске koristi, što istovremeno može da izazove velike troškove sredine kao i socijalne troškove. U tom slučaju prilikom planiranja neophodno je izbalansirati navedene troškove da bi se obezbedio optimalno rešenje. Zato je neophodno uraditi niz fizibiliti studija, pre svega tržišne i finansijske izvodljivosti i na drugoj strani socio-culturne i studije izvodljivosti sredine. Osnovni zadatok ovih istraživanja je ustanovljavanje stope povraćaja na ulaganje, tako da potencijalni investitor može da izvrši poređenje stopa sa alternativnim ulaganjima.

2.2. Model "Multiplikatora" i "Input-output" model

Indirektne ekonomske efekte troška turista možemo istražiti i korišćenjem multiplikatora i input-output analiza.

2.2.1. "Analiza multiplikatora"

Koncept "multiplikatora" funkcioniše na principu kupovine od direktnih dobavljača iz drugih firmi, za koje je kupovina dalji input. Na ovaj način turizam povezuje različite sektore. Oni zajedno doprinose državnom budžetu i indukuju dalje ekonomske aktivnosti. Turistička potrošnja izaziva proces suksesivnih krugova kupovine, snabdevajući turističku industriju, kao i ostalu izvedenu potrošnju.

Posle svakog kruga postoje neka "curenja", koja umanjuju potrošnju u sledećem krugu. To su: uvoz, takse, štednja, potrošnja državnog budžeta i možda, a možda i ne lična potrošnja (nadnice, redovne plate i profit).

Postoji više tipova multiplikatora i svaki od njih ima posebnu funkciju:

Multiplikator transakcija (ili prodaje), proizvodnje, dohotka, zaposlenosti i državnog budžeta.

U istraživanjima se najviše koriste multiplikatori dohotka i zaposlenosti.

Multiplikator dohotka pokazuje povećanje dohotka koje je izazvala promena jedne jedinice \$ u turističkim troškovima.

Multiplikator zaposlenosti pokazuje odnos direktne i prateće zaposlenosti kreirane istim dodatnim trošenjem, na samu direktnu zaposlenost.

Postoji više teorija multiplikatora, a za ovu priliku pomenućemo **Keyne-ovu teoriju multiplikatora**. Ova teorija obezbeđuje merenje stepena međuzavisnosti turizma i ostale privrede na regionalnom ili nacionalnom planu. Polazi od troška turista, a cilj je da se dobije ukupni dohodak. Bazični model podrazumeva: k – multiplikator

c – granična sklonost potrošnji

m – granična sklonost uvoza

$$k = \frac{1}{1 - c + m} \quad \text{ili uključivanjem } l - \text{atribut neposrednog "curenja"}$$

turističke potrošnje koja ne ulazi u ekonomiju

$$k = \frac{1 - l}{1 - c + m}$$

Nedostatak ove teorije je što tretira čitavu ekonomiju, tako da mora da se kalkuliše svaka sklonost drugim sektorima.

2.2.2. "Input-output" analiza

"Input-output analiza je opšti ravnotežni pristup da se istraži struktura ekonomije, njena zavisnost i ekonomski uticaj egzogenih promena u krajnjoj tražnji." (Fletcher J, "Input-output Analysis" in Witt S. F, and Moutinho L, "Tourism Marketing and Management Handbook", 1994, str. 480)

Ovo je metod kojim se prodaja i kupovina u svakom sektoru ekonomije uporedene sa ostalim sektorima, tabeliraju u formi matrice. Počinje sa "input-output" tabelom fokusirajući se na protok transakcija između različitih proizvodnih sektora.

Formula pokazuje jednakost i to tako da su sve forme krajnje tražnje prikazane u redu vektora \mathbf{Y} , gde su:

\mathbf{X} – vektor ukupne prodaje svakog sektora

\mathbf{Y} – vektor krajnje tražnje

\mathbf{A} – matrica među-industrijskih transakcija

\mathbf{I} – matrica identiteta (1 u algebri)

$$\mathbf{X} - \mathbf{AX} = \mathbf{Y}$$

$$(\mathbf{I} - \mathbf{A}) \mathbf{X} = \mathbf{Y}$$

$$\mathbf{X} = (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1} \mathbf{Y}$$

$$\mathbf{DX} = (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1} \mathbf{DY}$$

2.3. Procena uticaja sredine/ EIA

Postoje različite metode koje se koriste za procenu uticaja sredine. Princip se svodi na to da je potrebno predvideti posledice sredine, koje će doneti novi projekat. Pre svega potrebno je napraviti "listu provere" potencijalnih uticaja, koji će biti baza za izradu matrica procene. Na osnovu matrice procene vrši se upoređivanje, pravi se studija izvodljivosti, a nalazi se implementiraju prilikom planiranja.

2.4. Smitova tipologija turizma²

Koji je stepen prilagodljivosti turista na lokalne norme, može se istraživati koristeći Smitovu tipologiju turizma, koja je prihvaćena u akademskom svetu. Tipični razvojni proces na destinaciji sa ovog aspekta teče od faze "otkrića" jedne oblasti, kada je turista "istraživač", pa do "mass" turizma. Da bi se izbegla zadnja faza koja proizvodi niz negativnosti i za domaćine i turiste, potrebno je vršiti ekspertize u dužem periodu.

3. Poređenje i kontrasti metodologija

3.1. "Cost-benefit" analiza

Kao što se iz prethodnog izlaganja vidi, "cost-benefit" analizom mogu se pratiti sva tri uticaja: ekonomski, socio-kulturni i uticaj sredine.

Da bi se izvršilo poređenje, odnosno da bi se našle sličnosti i razlike u korišćenju ovog metoda za različite uticaje, uzećemo primer socio-culturnog programa za turizam u Zimbabveu³. Cilj ovog istraživanja je iznalaženje rešenja razvoja Zimbabvea na polju turizma, uz obezbeđenje odgovarajućih ekonomskih benefita, ali i zaštitu kulturnih vrednosti i očuvanje socijalne ravnoteže.

U planu su potencirani socio-kulturni i efekti sredine. Ovo zato, što se većina turista interesovala za istoriju, društvo i kulturu Zimbabvea. Da bi se zadržali zadovol-

² Cooper C, Flecher J, Gilbert D, and Wanhill S, "Tourism, Principles and Practice", 1993, str. 100.

³ Inskep E, "Tourism planning", 1991, str. 396.

javajući odnosi između turista i stanovništva, koristi se turizam kao tehnika konzervacije kulture. Nalazi do kojih se došlo tiču se sledećeg:

Utvrđivanje standarda između kulture i turizma u Zimbabveu, što će kasnije poslužiti kao parametar za merenje pozitivnih i negativnih kulturnih interakcija. Dakle, možemo reći da kao što je trošak turista baza za merenje ekonomskih uticaja, u ovom slučaju, u analizi socio-kulturnih interakcija to je "set standarda", koje propisuje Vlada. Razlika je naravno očigledna, mnogo je relevantnija kvantitativna metoda od ove koja je po svojoj prirodi mnogo "neopipljivija". Uticaji ekonomskih i socio-kulturnih efekata mogu se sagledati i kroz jednu od mera koje je Vlada odredila, a to je instruisanje turista da svoj boravak na destinaciji "zabeleže" kupovinom domaćih suvenira, ručnih radova i fotografija. Na ovaj način, zadati standardi ne samo da obezbeđuju korist edukacijom turista u smislu upoznavanja nove kulture, već odražavaju značaj i poštovanje sopstvene kulture i nasleđa, a istovremeno obezbeđuju i ekonomsku korist preko turističke potrošnje. Dalje, Vlada želi da njihovi programi razvoja budu javni, da se približe domaćem stanovništvu, kako bi oni u tome našli svoj interes.

Ovo su samo neki od elemenata čije ozbiljno razmatranje može dovesti do održavanja dobrih odnosa između domaćina i turista. Takođe, kao što je kod analize ekonomskih uticaja "cost-benefit" metodom, cilj ustanovljavanje stope povraćaja investicije, tako je krajnji efekat socio-kulturne analize zaštita kulture, običaja i pri tome izbegavanje konfliktnih socijalnih situacija.

Iz ovoga se vidi da "cost-benefit" metoda omogućuje merenje kako direktnih, tako i indirektnih efekata, gde su često indirektni efekti, kako troškovi tako i korist, mnogo veći od direktnih, i stoga imaju dominantniju ulogu prilikom donošenja odluka.

Kod "cost-benefit" analize, elemenat "vreme", je veoma bitan, jer se može desiti da je jedna investicija povoljnija na kraći rok, a druga na duži. Otuda je "cost-benefit" metoda ponekad stvar ličnog suda i ovo se može smatrati njenom slabošću.

3.2. "Multiplikatori" i "input-output", "Cost-benefit", EIA i "Smitova tipologija turizma"

3.2.1. Jake tačke i slabe tačke "multiplikatora" i "input-output" analize

A. Jake tačke:

- Metod "**multiplikatora**" je dobar za merenje sadašnjih ekonomskih performansi kao i za ukazivanje na promene ekonomskih efekata na kratak rok vrlo je informativan, za donošenje odluka, planiranje i razvoj daje podršku komparativnim metodama, kao što je "cost-benefit" analiza, posebno za druge sektore privrede.
- "**input-output**" metoda je vrlo realistična, obezbeđuje informacije iz različitih sektora. Time se npr. projektujući povećanje troškova turista, mogu proceniti uticaji na privredu, što je značajan input za programiranje.
- pomaže Ministarstvu turizma da dokaže uticaje na ekonomiju

B. Slabe tačke:

- nedostaci "**multiplikatora**" proizilaze iz same prirode turizma, da je "multi-proizvodna" industrija i da može da utiče na veliki broj sektora. Povećanje

tražnje trebalo bi da se podmiri iz domaće ponude. Međutim u praksi to nije uvek tako. Ako ponuda ne može da odgovori turističkoj tražnji, dodatne robe moraju da se uvezu.

- svi faktori proizvodnje tiču se čitave privrede. Ovo je prema Archer-u, 1977, glavna kritika ove tehnike, jer ne pruža istinito merenje benefita turizma na ekonomiju na duži rok. Model daje prosečne vrednosti, a nama trebaju marginalne. Ako je razlika između prosečne i granične vrednosti manja od 5% to se smatra prihvatljivim.
 - pri poređenju vrednosti multiplikatora različitih zemalja, mora se voditi računa da su u pitanju različite tehnike, pa su i rezultati različiti.
 - "Multiplikator zaposlenosti se ne može porebiti jer se pokazatelji izražavaju u različitim valutama.
- Kod "**input-output**" analize najveći problem je obezbediti veliki broj pouzdanih podataka, što ga čini vrlo skupim i zahteva vreme.
- raspoređuje trošak turista odgovarajućim sektorima,
 - statična priroda modela pokazuje strukturu ekonomije jedino u vreme analize, jer svaki dodatni trošak turista treba da proizvodi dodatni efekat na ekonomiju kao onaj prethodni. Model traje 3-5 godina, te ako se radi o ekonomiji koja je podložna naglim promenama, mora se biti vrlo pažljiv.

3.2.2. Poređenje ostalih metoda

Nerealne pretpostavke, nedovoljni podaci i slabosti primenjenih metoda, mogu proizvesti neodgovarajuće rezultate "multiplikatora", što bi bilo pogubno za proces planiranja. Stoga je u proceni uticaja neophodno nadograditi ove tehnike sa drugim metodama, kao što je analiza socijalnih uticaja "cost-benefit" analizom.

Kad uporađujemo "**cost-benefit**" i analizu "**multiplikatora**", možemo reći da "cost-benefit" metoda ima široku primenu kako u proceni kvantitativnih pokazatelia za donošenje odluke za investiciju na nacionalnom nivou, tako se mogu koristiti i za procenu efekata sredine i socio-kulturnih efekata. Takođe obezbeđuje "jasan kriterijum za donošenje odluke"⁴.

Jedna od prednosti "cost-benefit" metode je mogućnost prilagođavanja tokova troškova i benefita, na moguće promene u ceni. Naravno, ovakve informacije su uvek rizične.

"**Input-output**" model može da se koristi kao i "cost-benefit" metoda za procenu uticaja sredine. Kad upoređujemo EIA metod (Environmental impact assessment)/procenu uticaja sredine, treba reći da je jednom uspostavljen projekat potrebno stalno nadgledati, da bi se sprečili neželjeni uticaji. Metod ima u sebi dosta empirizma, što svakako nosi određeni rizik. Takođe, potrebno je ukazati na ograničenje "input-output" analize, a to je "rad na kratko vreme"

Kad analiziramo "**Smitovu tipologiju turizma**", treba imati u vidu da je turistički razvoj proces, da traje, te da iza njega kao iza EIA metoda treba obezbediti stalni monitoring na duže vreme, uz odgovarajuće profile stručnjaka, jer se radi o vrlo složenom procesu.

⁴ Fletcher J, "Cost-benefit analysis" in Witt and Moutinho: "Tourism Marketing and Management Handbook", 1994.

Zaključak

Iz napred izloženog vidi se da su ekonomski uticaji uglavnom blagotvorni, socijalni neželjeni, a uticaji sredine proizvode "mešovite" efekte. Za socio-kulture i uticaje sredine, koji su više "neopipljivi", istraživanje je često bazirano na empirijskim elementima, ali za ekonomske, postoji nekoliko metodologija. Sinteza jednih i drugih uticaja, treba da obezbedi razumevanje kapaciteta destinacije i predstavlja važne elemente za planiranje. Poželjan kapacitet destinacije treba da obezbedi susretanje potreba turista i domaćina na način da prvi dobiju prijatno i željeno iskustvo, a da se drugima unapredi način života. "Nažalost, malo je do sada urađeno na iznalaženju mera ostvarenog kapaciteta u turizmu." (Mathieson A, and Wall G, "Tourism, economic, physical and social impacts," 1993, str. 186)

Ovo pre svega stoga što turizam proizvodi multiplikovano dejstvo na destinaciju, te je dobijanje relevantnih rezultata često vrlo rizično i podrazumeva sofisticirani pristup u izboru metodologija. Samo na ovaj način dobijeni inputi mogu biti od koristi za destinacijski menadžment i podmlađivanje turističke destinacije.

Literatura i izvori

1. Boniface B. G, and Cooper C, "The Geography of Travel and Tourism", 1994
2. Cooper C, Fletcher J, Gilbert D, and Wanhill S, "Tourism Principles and Practice", 1993
3. Inskeep E, "Tourism Planning", 1991
4. Holloway C, "The Business of Tourism", 1994
5. Mathieson A and Wall G, "Tourism, economic, phisical and social impacts", 1993
6. Mill R, and Morrison A, "The Tourism System", 1985
7. Murphy P. E, "Tourism: A Community Approach", 1985
8. Pearce D, "Tourist Development", 1992
9. Ritchie B. J. R, and Goeldner C, "Tourism, Marketing and Management Handbook", 1994
10. Smith S. L. J, "Tourism Analysis", A Handbook, 1989 - Local impact model
11. Witt S. F, and Moutinho L, "Tourism, Marketing and Management Handbook", 1994, Ap J. "Residents Perceptions on Tourism Impacts" in Annals of Tourism Research, Vol. 19, str. (665-690), 1992
12. Archer B. H, "Input-Output Analysis: Its strengths, weaknesses and limitations"- Eight Annual Travel Research, 1991
13. Archer B, and Cooper C, "The positive and negative impacts of tourism", in Theobold W, "Global Tourism: The next decade", 1994
14. Cooper C, "The technique of interpretation", in Medlik S, "Managing Tourism", str. (224-230), 1991
15. Curry S, "Cost-benefit analysis", str. (504-509) in Witt and Moutinho, "Tourism Marketing and Management Handbook", 1994

16. Dogan, Hasan Zofar, "Forms of adjustment socio-cultural impact of tourism", Annals of Tourism Research, 16, (2), str. (216-236), 1993
17. Fletcher J. E, and Archer B. H, "The development and application of multiplier analysis", Progresos Vol. III, str. (28-45), 1991
18. Fletcher J. E, "Input-output analysis and tourism impact studies", Annals of Tourism Research, Vol. 16, str. (514-529)
19. Fletcher J. E, "Economics and Forecasting Economic Impacts", str. (475-479), "Input-output analysis", str. (480-484)
20. Frechtling D. C, "Economic impact models", str. (488-496)

Silvana Đurašević

COMPARING OF THE ALTERNATIVE METHODOLOGIES FOR EVALUATING THE IMPACT OF TOURISM

Conclusion

From the previously mentioned it is clear that economic impacts are mostly beneficial, the social impacts are mainly undesirable, and the environmental are mixed. For socio-cultural and environmental impacts, which are more intangible, research is often empirically based, but for economic, there are several methodologies. Synthesis of both of these impacts should provide understanding of the capacities of destination areas and represents important elements for planning. The main aim of tourism planning is to meet the needs of tourists and hosts in a way for the first one to gain enjoyable and satisfying experiences and for the second one to have improved way of life. "Unfortunately, little has yet been done to devise measures of carrying capacity for tourism" (Mathieson and Wall, 1993).

This is mainly because tourism produces multiplicative effect on destination, thus obtaining of relevant results is often very risky and it means the sophisticated approach in methodology selection. Only in this way the gained input can be of use for the management of destination and the renewal of tourist destination.