

Dr. HAMID DŽUBUR

Izvanredni profesor na Fakultetu za turizam i vanjsku trgovinu Dubrovnik

PRILAGODBA IZVANPANSIJSKE PONUDE OSNOVNOG UGOSTITELJSTVA SUVREMENIM TIJEKOVIMA TURISTIČKE POTRAŽNJE

UDK 64.024:338.48

Prethodna priopćenje

Primljeno: 30. rujna 1995.

Sažetak

U radu se daje prikaz razvoja osnovnih elemenata turističkog prometa na dubrovačkom području kroz razdoblje od deset godina, odnosno do početka Domovinskog rata u Hrvatskoj. To je ujedno i posljednje reprezentativno razdoblje u turističkim kretanjima, jer sve naredne neturističke godine tijekom rata, objektivno nisu reprezentanti pojave i deformiraju sve relevantne pokazatelje i učinke turizma.

Rad također ne može zaobići pokazatelje utjecaja turizma na djelatnosti lokalnog gospodarstva, pa se ukazuje na stalnu dinamiku razvoja dohotka, porasta njegovog udjela u ukupnom i porasta akumulacije. S tim u vezi dio rada govori o globalnim odnosima turističke potrošnje, odnosima u sferi pansionskih i izvanpansionskih usluga i potrebi transformacije i prilagodbe nekih elemenata ponude, posebice turističkog ugostiteljstva.

To se u prvom redu odnosi na prilagodbu izvanpansionskih sadržaja i usluga suvremenim zahtjevima turističke potražnje, poglavito međunarodne, jer je to realna pretpostavka za ustroj i izgradnju turizma, odnosno turističkog gospodarstva prepoznatljiva identiteta.

Ključne riječi: *turistička ponuda i potražnja, turistička potrošnja, usluge pansionske i izvanpansionske, gospodarstvo, dohodak i akumulacija, ustroj i prilagodba ponude.*

UVOD

Relativno povoljan ukupan gospodarski razvoj u Hrvatskoj do konca osamdesetih godina, a nadalje dinamičan razvoj turizma u jadranskom prostoru Republike, uzrokovali su burne promjene u strukturi gospodarstva lokalnih zajednica, posebice djelatnosti na kojima se temelji turističko gospodarenje. Turizam je postao tako osnovni, a nerijetko i jedini činitelj napretka lokalne ekonomije, koja primjerice u Dubrovniku realizira preko 70% dohotka izravno ili neizravno posredstvom turizma.

Prema istraživanjima glavnih nositelja turističke djelatnosti ovoga područja, devizni priljev najvećim dijelom izazvan turizmom kretao se neposredno pred rat oko 145. mln. dolara. Samo HTP "Dubrovnik" 1986., jedne od prosječnih turističkih godina, realizirao je preko 22 mln. dolara, a HTC "Dubrava-Babin Kuk" 1990. godine ima ostvaren netto promet od 28,9 mln. DEM.

S ogromnim do pred rat ostvarenim turističkim prometom ovi procesi i utjecaji turizma najizravnije se manifestiraju kroz potrošnju pansionskih i izvanpansionskih usluga u osnovnom ugostiteljstvu, koje opet dalje generira razvoj potrošnje i proizvodnje brojnih komplementarnih djelatnosti.

Značaj turističke potrošnje, njezin stalni rast, a s tim u vezi i rast ponude lokalnog i šireg prostora, diktira potrebu prilagodbe i strukturiranja onih oblika potrošnje u ugostiteljskoj djelatnosti gdje se najvidljivije i najbrže manifestiraju dohodovni učinci. Takvi učinci i strukturni manifestacijski procesi u sferi cjelokupnog turističkog prometa, manifestirali su se ne samo kroz kvalitativne promjene vrsta i strukture pansionskih i izvanpansionskih usluga na pretežitom /kvalitetnijem/ dijelu dubrovačkog područja, već daleko više kroz neprestani rast kvalitetnije selektivne potražnje, bolje strukturiranje prateće /dodatni sadržaji/ turističke ponude, kvantitativno i kvalitativno jačanje organizacija i subjekata u ugostiteljstvu i trgovini, te neprestani rast interesa nositelja djelatnosti za poticanje razvoja potražnje i potrošnje.

Zbog toga se i za naredno razdoblje u radu sugeriraju prijedlozi mogućih pravaca daljnjeg kvalitetnijeg ustroja svih oblika turističke ponude u dubrovačkom kraju, jer je visoka razina našeg proizvoda glavni preduvjet funkcioniranja čitavog gospodarstva, poglavito turističkog. Očigledne prednosti koje u tom smislu postiže turističko ugostiteljstvo dubrovačkog područja, ispravnije kazano koje je do početka Domovinskog rata postizalo, ni u ovim kriznim ratnim vremenima, a posebice nakon uspostavljanja mira, Dubrovnik ne kani izgubiti, već naprotiv, jer mu to kulturni potencijali, tradicijske navike i sklonosti ljudi turističkom življenju /gospodarenju/, stalno i sustavno unapređivati.

Dakle, osnovna je naša nakana u ovome radu bar dijelom ukazati kako na postojećoj materijalnoj osnovici ugostiteljstva zadržati ranije spomenutu razinu turističke potrošnje u regiji i glavnim nositeljima djelatnosti posebno, i kako unaprijediti izvanpansionsku potrošnju, proširiti i funkcionalno strukturirati dodatne sadržaje, koji bar u postojećim uvjetima

zaustavljene izgradnje, jedini mogu doprinijeti porastu ukupne potrošnje. Uz uvažavanje svih objektivnih ograničavajućih faktora, upozorava Lj. Kosar, hotelska ponuda na našim prostorima u cilju osvajanja boljih pozicija na svjetskom turističkom tržištu mora pretrpjeti krupne promjene i na planu uređenja i opremanja, organizacije rada i tehnike poslovanja.

1. GLAVNE ODREDNICE I STRUKTURNI ODNOSI U RAZVOJU TURISTIČKE POTRAŽNJE U PROSTORU DUBROVAČKE REGIJE DO POČETKA DOMOVINSKOG RATA

Obzirom na značajne komparativne prednosti, prirodne, prostorne i ljudske potencijale turizam je kroz dva posljednja desetljeća u Hrvatskoj, posebice u njenom jadranskom prostoru doživio svestran i snažan razvoj, koji se najvidljivije manifestirao kroz porast materijalne osnovice turističkog gospodarstva i potom kroz porast društvenog prihoda i dohotka, zaposlenosti i socijalne sigurnosti. Budući da je i ranije turizam bio važan činitelj hrvatskog gospodarstva, aktivan subjekt međunarodnog turističkog tržišta i neprijeporno jedan od glavnih izvora povećanja nacionalnog dohotka, prelijevanjem potrošnje on i danas unatoč golemim ratnim nevoljama, ostaje naša velika razvojna šansa i realna mogućnost oživljavanja poslijeratne gospodarske aktivnosti i to ne samo u litoralnom prostoru Republike gdje se intenzivnije razvijao.

Do početka Domovinskog rata turizam je u prostoru Dalmacije i Dubrovačko-neretvanske županije, a poglavito u prostoru dubrovačke regije koja se poklapa s područjem bivše općine Dubrovnik, bio generator općeg društvenog napretka i snažan činitelj održavanja povoljnog društveno-socijalnog stanja. Nije čudo, stoga, da je turizam u ovim prostorima bio čimbenik afirmacije ne samo lokalnog ili regionalnog napretka, već čimbenik i međunarodne afirmacije koja nam je osigurala mjesto u međunarodnoj podjeli rada.

Međutim, turistička kretanja ovdje, uostalom kao i na čitavom prostoru Republike, posebice Dalmacije i Dubrovačko-neretvanske županije već od sredine osamdesetih godina pokazuju primjetne tendencije usporavanja, praktično na svim područjima turističkog gospodarenja, poglavito rasta kvalitativnih činitelja poslovanja, potrošnje i drugim. Početkom Domovinskog rata 1991. stanje se drastično mijenja¹ jer razaranja

¹ Razmjere drastičnog smanjenja turističkog prometa, posebice inozemnog u 1991. godini nije potrebno objašnjavati, pogotovo ako kažemo da je u prvoj ratnoj godini na prostoru Dubrovačko-neretvanske županije ostvareno svega 110 tisuća noćenja /u 1980 bilo je 6,6 mln./ od čega na inozemne otpada samo 28 tisuća. Iako je to drastično pogodilo turističku privredu područja s

u zoni Dubrovnika snažno pogađaju materijalnu osnovicu turizma - ugostiteljstvo, a time praktično uništavaju granu koja je osiguravala preko 30% društvenog proizvoda i 27% ukupne zaposlenosti. Takva ranija pretežita orijentacija dubrovačke regije na turizam, osim što je proizvela mnogobrojne pozitivne učinke u društvenoj i gospodarskoj sferi, rezultirala je izgradnjom goleme materijalne osnovice i suvremenih kapaciteta, koje dajemo u narednom pregledu.

SMJEŠTAJNI KAPACITETI I NJIHOVA STRUKTURA NA TEMELJU UKUPNIH POSTELJA

Tabela 1.

Vrsta smještaja	1980	% udjela	1990	% udjela	Index
Hoteli	16.432	35,4	20.513	33,5	126
Pansioni	127	0,3	70	0,1	55
Turistička naselja	-	-	1.705	2,8	
Uk. osn. kapaciteti	16.469	35,7	22.288	36,4	135
Rad. odmarališta	4.134	9,0	4.186	6,8	101
Dječ. ljetovališta	2.031	4,4	2.017	3,3	99
Auto kampovi	7.170	15,6	12.437	20,3	173
Kampirališta	4.102	8,9	2.915	4,8	71
Kućna radinost	12.102	26,3	17.268	28,2	143
Ukupn. dop. kapac.	29.549	64,3	38.923	63,6	131
UKUPNO	46.075	100,0	61.211	100,0	133

Izvor: TSO Dubrovnik 1980. i 1990.

Kvaliteta turističke potražnje, odnosno turističkog prometa, izravno zavisi od strukture smještajne ponude a posebice strukture turističkog ugostiteljstva. Jedna i druga činjenica, ukoliko odražavaju pozitivne odnose, naravno sa stajališta kvalitete, presudno utječu na potrošnju kako u području ugostiteljstva tako i trgovine, kako u pansionskoj tako i izvanpansionskoj sferi i da ne nabrajamo dalje.

Analiziramo li, s tim u vezi dinamiku i strukturu turističkog prometa, odnosno potražnje, dolazimo do zaključka da primjerice u posljednjem desetogodišnjem razdoblju imamo stanovite oscilacije u obujmu ukupnog prometa i primjetne pozitivne tendencije porasta udjela inozemne potražnje u strukturi prometa. Da ne ulazimo na ovome mjestu u šire ekspliciranje

(nastavak bilješke 1)

nesagledivim posljedicama na sve vitalne sektore, ipak ni jednog trenutka turizam nije prestao biti svjetionikom nove nade i blagostanja. H. Džubur, Litoralizacijski procesi kao okosnica dugoročne razvojne orijentacije Dubrovačko-neretvanske županije, Znanstveni skup "Susreti na dragom kamenu" Pula, 1994. str. 425.

razloga takvih tendencija spomenimo samo nekoliko činjenica koje i našu zadanu temu pitanja i procesa prilagodbe ponude i izgradnje europskih sadržaja nekih ključnih djelatnosti u području potrošnje izvan pansiona, dovode pod novo svjetlo. Naime, u slučaju Dubrovnika radi se o izuzetno visokom obujmu inozemnog prometa, znači inozemne potražnje koja razumljivo očekuje europske standarde usluživanja i europsku ponudu sa svim njezinim sastavnicama. Prilagodba, znači, ovdje mora biti kvalitetna a samim tim i skupa, a tu činjenicu odgovorni turistički subjekti ne mogu izbjeći. I drugo, ovdje ne treba više širiti materijalnu osnovicu kapaciteta smještaja jer ih ima dovoljno, što znači da se čitava aktivnost usmjerava na nove izvanpansionske sadržaje u hoteljerstvu i poglavito čitavom okruženju.

Strukturni odnosi, međutim, koje navodimo u narednom pregledu, neprijeporno su rezultat brojnih ekonomskih ali i izvanekonomskih činitelja, kako na prostoru domaće turističke potražnje koja sve više gubi dah, tako posebice na prostoru inozemne koju stabilna gospodarska kretanja u međunarodnim odnosima stimuliraju na pojačanu turističku potrošnju i sve intenzivnija turistička gibanja. Pogledajmo, stoga, spomenuti pregled strukturnih odnosa prometa u prostoru dubrovačke općine.

PREGLED STRUKTURE UKUPNOG TURISTIČKOG PROMETA DUBROVAČKOG PODRUČJA U RAZDOBLJU OD 1980.-1990. GODINE

Tabela 2.

Godina	Domaći turistički promet		Inozemni turistički promet	
	Posjete	Noćenja	Posjete	Noćenja
1980.	41,7	42,1	55,3	57,9
1981.	44,8	39,8	55,2	60,2
1982.	46,9	42,3	53,1	57,7
1983.	50,8	46,6	49,2	53,4
1984.	43,5	39,5	56,5	60,5
1985.	39,3	37,7	60,7	62,3
1986.	40,6	37,4	59,4	62,6
1987.	39,0	36,5	61,0	63,5
1988.	37,0	35,3	63,0	64,7
1989.	39,2	37,4	60,8	62,6
1990.	36,0	34,3	64,1	65,7

Izvor: Prema podacima Turističkog saveza općine Dubrovnik

I na kraju kada govorimo o prilagodbi turističke ponude, posebice izvanpansionske, tendencijama suvremene potražnje, taj proces neće biti nimalo jednostavan ni u prostoru Dalmacije koja raspolaže golemim kapacitetima i ostvaruje ogroman promet. To i zbog toga što Dalmacija s većim brojem elitnih turističkih centara teži skoro monostrukturnim odnosima u turističkom gospodarstvu, gdje bi se onda loša prilagodba ponude trajno nepovoljno odrazila na poslovnu politiku. Pogledajmo, stoga u tablici br. 5., 6. i grafu, stanje prometa u ovoj sezoni.

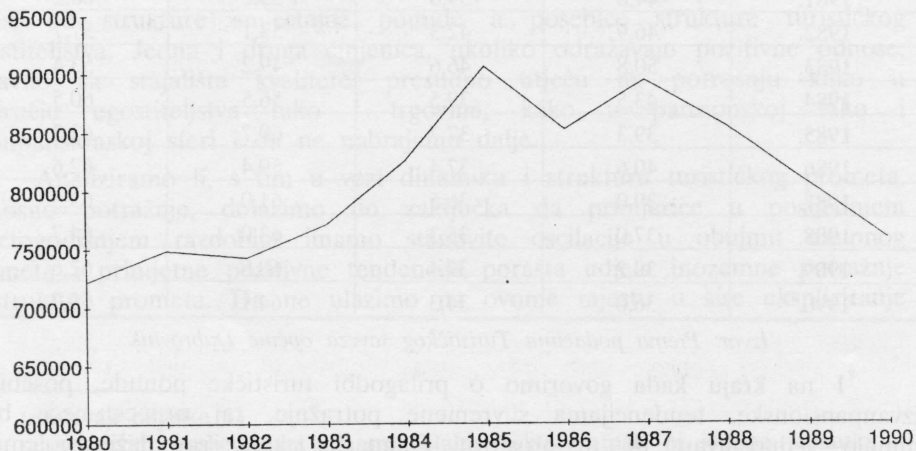
OPSEG I DINAMIKA UKUPNOG PROMETA NA PODRUČJU OPĆINE DUBROVNIK OD 1980.-1990.(u 000)

Tabela 3.

Godina	Posjete	Index	Noćenja	Index
1980.	722.430	100	4.871.433	100
1981.	749.082	104	5.151.720	106
1982.	742.932	100	5.062.974	99
1983.	771.609	104	4.984.589	99
1984.	825.783	107	5.258.473	106
1985.	905.156	110	5.868.240	112
1986.	851.420	94	5.524.919	95
1987.	892.579	105	5.495.706	100
1988.	854.157	96	5.120.965	94
1989.	805.346	94	4.898.785	96
1990.	756.799	94	4.461.357	91

Izvor: Prema podacima Turističkog saveza općine Dubrovnik

POSJETE TURISTA NA PODRUČJU OPĆINE DUBROVNIK 1980.-1990.



Izvor: Tabela 3.

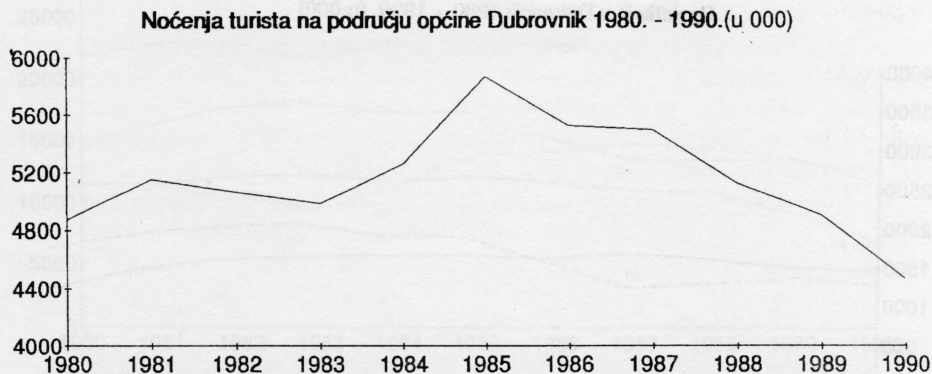
OPSEG I DINAMIKA UKUPNOG TURISTIČKOG PROMETA NA PODRUČJU OPĆINE DUBROVNIK OD 1980.-1990. (u 000)

Tabela 4.

Godina	Posjete	Index	Noćenja	Index
1980.	722.430	100	4.871.433	100
1981.	749.082	104	5.151.720	106
1982.	742.932	100	5.062.974	99
1983.	771.609	104	4.984.589	99
1984.	825.783	107	5.258.473	106
1985.	905.156	110	5.868.240	112
1986.	851.420	94	5.524.919	95
1987.	892.579	105	5.495.706	100
1988.	854.157	96	5.120.965	94
1989.	805.346	94	4.898.785	96
1990.	756.799	94	4.461.357	91

Izvor: Prema podacima Turističkog saveza općine Dubrovnik

NOĆENJA TURISTA NA PODRUČJU OPĆINE DUBROVNIK 1980.-1990. (u 000)



Izvor: Tabela 4

TURISTIČKI PROMET DALMACIJE U RAZDOBLJU 1980.-1990. (u 000)

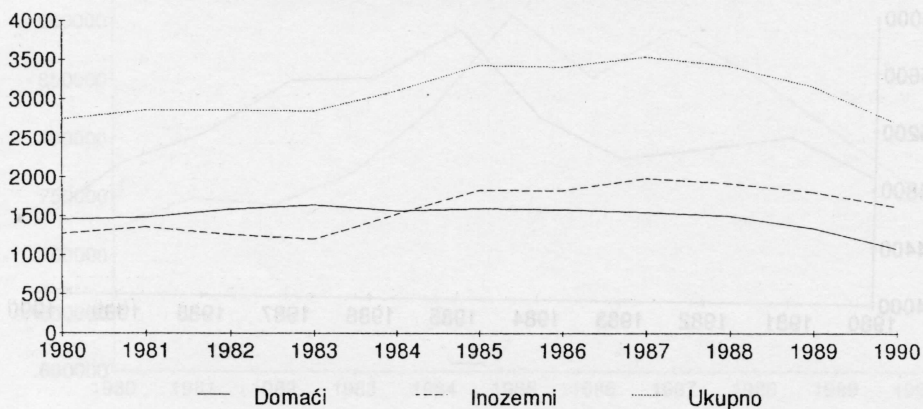
Tabela 5.

Godina	Posjetitelji		
	Domaći	Inozemni	Ukupno
1980.	1.458	1.284	2.742
1981.	1.490	1.366	2.857
1982.	1.589	1.267	2.857
1983.	1.641	1.204	2.846
1984.	1.566	1.528	3.095
1985.	1.596	1.826	3.422
1986.	1.581	1.821	3.403
1987.	1.550	1.981	3.531
1988.	1.501	1.916	3.417
1989.	1.350	1.801	3.152
1990.	1.079	1.613	2.692

Izvor: Statistika turizma, RK Split

POSJETITELJI U DALMACIJI 1980.-1990. (u 000)

Posjetitelji u Dalmaciji 1980. - 1990. (u 000)



Izvor: Tabela 5.

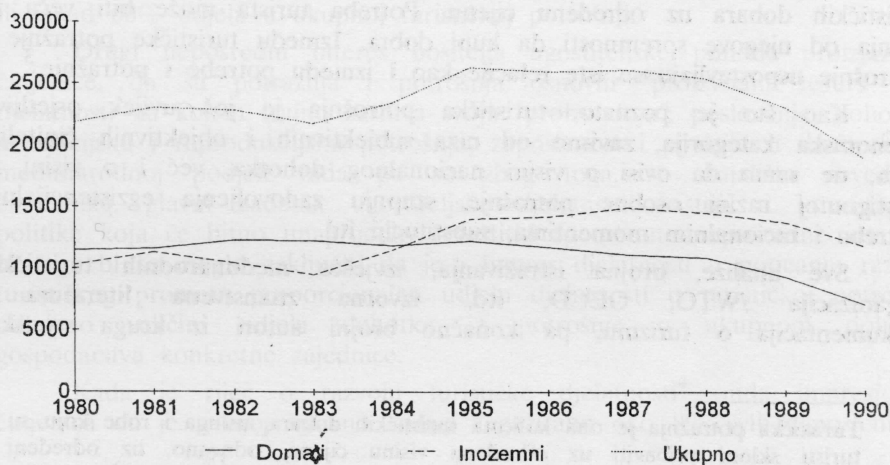
TURISTIČKI PROMET DALMACIJE U RAZDOBLJU 1980.-1990. (u 000)

Tabela 6.

Godine	Noćenja		
	Domaći	Inozemni	Ukupno
1980.	11.514	10.303	21.817
1981.	11.647	11.335	22.982
1982.	12.314	10.464	22.778
1983.	12.287	9.485	21.722
1984.	11.886	11.504	23.391
1985.	12.276	14.053	26.329
1986.	11.761	14.210	25.972
1987.	11.157	14.970	26.127
1988.	10.925	14.533	25.458
1989.	9.337	13.789	23.127
1990.	7.106	11.873	18.979

Izvor: Statistika turizma, RK Split

NOĆENJA U DALMACIJI 1980.-1990. (u 000)



Izvor: Tabela 6.

2. GLOBALNA OCJENA MEĐUZAVISNOSTI RAZVITKA DJELATNOSTI TURISTIČKOG UGOSTITELJSTVA S RAZVITKOM TURISTIČKE POTRAŽNJE I POTROŠNJE

Kvantitativna i kvalitativna povezanost pojedinih privrednih djelatnosti, privrednih i drugih organizacija s turizmom u turističkim zonama, ogleda se ponajprije kroz veličinu udjela u apsorbiranju turističke potrošnje. Ta je veza jača između turizma i onih djelatnosti koje neposredno sudjeluju u zadovoljavanju turističkih potreba, a slabija s djelatnostima koje u tome sudjeluju samo posredno.

Stupanj zavisnosti pojedine djelatnosti od turističkog prometa i potrošnje zavisi ne samo od visine udjela date djelatnosti u apsorbiranju te potrošnje, već i položaja djelatnosti u gospodarskoj strukturi konkretnog područja i njezinoj funkciji u proizvodnom procesu, odnosno procesu stvaranja turističkog proizvoda. Ta je zavisnost najveća kod turističkog ugostiteljstva u turističkim područjima, potom u prometu i trgovini na malo, a daleko manja kod ostalih djelatnosti koje neizravno sudjeluju u turističkim kretanjima.

Turistička potražnja je ekonomska veličina koja u pravilu izražava vrijednost i količinu turističkih usluga i robe što se traži.² Definiranje veličine turističke potrošnje, kako navodi S. Marković, i njezino kvantitativno utvrđivanje vrlo je složen postupak iz jednostavnog razloga, što je teško doznati koliko i kakvih usluga žele ljudi sebi prihvatiti. Prema A. Dulčiću, potražnja odražava spremnost turista da kupi neku količinu turističkih dobara uz određenu cijenu. Potreba turista može biti veća ili manja od njegove spremnosti da kupi dobra. Između turističke potražnje i potrošnje uspostavljaju se iste relacije kao i između potrebe i potražnje.³

Kao što je poznato, turistička potrošnja je još uvijek osjetljiva ekonomska kategorija, zavisno od niza subjektivnih i objektivnih činitelja. Ona, ne samo da ovisi o visini nacionalnog dohotka, već i o visini ili dostignutoj razini osobne potrošnje, stupnju zadovoljenja egzistencijalnih potreba i racionalnim momentima, substituciji itd.

Sve analize, brojna istraživanja, izvješća međunarodnih turističkih organizacija /WTO, OECD, itd./ izvorna znanstvena literatura i dokumentacija o turizmu, pa konačno brojni autori iz kruga svjetskih

2 Turistička potražnja je ona količina turističkih dobara, usluga i robe koju su turisti skloni pribaviti uz određenu visinu cijena, odnosno, uz određeni devizni tečaj, ako je potražnja inozemna. S. i Z. Marković, *Ekonomika turizma*, Školska knjiga, Zagreb, 1972. str. 75.

3 Potražnja jest spremnost turista da kupi određenu količinu turističkih dobara ali uz datu cijenu. Prema tome cijena odlučuje o količini kupljenih dobara kod date potražnje. A. Dulčić, *Turizam - načela razvoja i praksa*, Institut za turizam, Zagreb, Zagreb - Split, 1991.

eksperata i turističkih znanstvenih djelatnika prihvaćaju i potvrđuju činjenicu da se turistička potražnja, posebice međunarodnog turizma, brzo razvija, čak brže i intenzivnije raste od rasta društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka. Ocjenjujemo li intenzitet potražnje brojem turističkih posjetitelja, odnosno dinamiku prosječnom godišnjom stopom, možemo ustvrditi da je potražnja, sa stajališta veličine potrošnje kao krajnjeg izraza turističkih kretanja, čak i brža od brojčanog izraza fizičkog prometa, što znači da se i fond osobne potrošnje sudionika u međunarodnom turizmu brže razvijao. Zbog toga turizam u svijetu danas predstavlja takvu pojavu koja ostavlja značajne rezultate na ekonomski i društveni život u receptivnim i emitivnim turističkim zemljama. Masovnost, fizička i financijska koja dominira u kretanju ljudi iz turističkih pobuda i širenju materijalne osnove djelatnosti, poglavito turističkog ugostiteljstva otvorila je daljnje raznovrsne procese koji se manifestiraju u burnim promjenama socijalnih, ali i kulturnih i tradicijskih prilika.

Zadiranje, dakle, turizma u ogroman broj privrednih aktivnosti i njegovi učinci kroz mnogobrojne funkcije na veliki krug ljudi, stvaraju i niz teškoća u izučavanju i odabiru onih najprofitabilnijih koji će na aktivnu populaciju učinkovito i trajno djelovati. Stoga je neosporno da postoji u prvom redu ekonomski interes, posebice turističko-ugostiteljske djelatnosti za poticanje potražnje i proširenje svih oblika ponude, ali i interes konkretne lokalne zajednice ili nacionalne ekonomije za opsluživanje te ponude profesionalnim i najkvalitetnijim radnim potencijalima. Taj interes se također temelji na pokazateljima globalne strukture potrošnje u kojoj se ugostiteljstvo, odnosno smještaj i prehrana u svim istraživanjima kreće oko ili iznad 60% udjela u ukupnoj turističkoj potrošnji.

Drugi neposredni interes nositelja ugostiteljske ponude proizlazi iz činjenice, da su potražnja i potrošnja osnovni "proizvodni resurs" ove djelatnosti na kojem trajno zasniva svoju "proizvodnju", poslovanje, dohodak, investicijsku i reprodukciju potrošnju, zaposlenost i poziciju u društvenoj i međunarodnoj podjeli rada pa se zbog toga, sa stajališta navedenih čimbenika, glavni zadatak ugostiteljske djelatnosti sastoji u koncipiranju politike koja će bitno unaprijediti i zaštititi spomenute neposredne interese. Iz toga bi se moglo zaključiti da je i interes djelatnosti u poticanju razvoja turističkog prometa proporcionalan udjelu djelatnosti u turističkoj potrošnji, odnosno veličini udjela dohotka iz potrošnje u ukupnom dohotku gospodarstva konkretne zajednice.

Kada je riječ o razvoju turističke djelatnosti⁴ onda impresionira činjenica da je u njoj izravno radno angažirano oko 8% svih zaposlenih u

4 Hrvatska je u 1990. g. raspolagala s gotovo 863 tisuće postelja od čega 208 tisuća u osnovnim i 655 u komplementarnim oblicima smještaja a oko 9,6 mln. turista /5,6 mln. stranih i 4,0 domaćih ostvarili su oko 62 mln. noćenja /strani 39,3 i domaći 22,7 mln. H. Džubur, Gospodarske i turističke specifičnosti južnojadranskog prostora Hrvatske, Znanstveni skup (nastavak

gospodarstvu Republike koji pružanjem usluga u ugostiteljstvu i turističkom posredovanju ostvaruju oko 6,5% ukupnog društvenog proizvoda i oko 30% ukupnog izvoza Republike. Prema podacima Zavoda za društveno planiranje, ekonomiku i statistiku općine Dubrovnik, udio ugostiteljsko turističke djelatnosti u društvenom proizvodu privrede općine Dubrovnik iznosio je: 1981. g. 34,1%; 1984. 36,8%; 1986. 37,2%; 1988. 38,3%, da bi 1990. god. neposredno pred početak Domovinskog rata bio nešto smanjen i iznosio 36,6%. Slične odnose i međudnose, samo razumljivo na nešto nižoj razini, imamo kod razvoja ukupnog prihoda djelatnosti turizma i ugostiteljstva i njegovog značaja u ukupnom prihodu gospodarstva bivše općine Dubrovnik. Pogledajmo stoga sljedeću tablicu.

PREGLED UKUPNOG PRIHODA PRIVREDE OPĆINE DUBROVNIK I
UDIO TURIZMA I UGOSTITELJSTVA U RAZDOBLJU OD 1980. DO
1989. GOD. /u 000 din./

Tabela 7

Godina		PRIVREDA		TURIZAM I UGOSTIT.	
		Index		Index	
1980.	Iznos	-	2.037	-	500
	Udio %		100,0		24,6
1981.	Iznos	138	2.802	135	676
	Udio %		100,0		24,1
1982.	Iznos	135	3.780	136	922
	Udio %		100,0		24,4
1983.	Iznos	144	5.435	152	1.402
	Udio %		100,0		25,8
1984.	Iznos	158	8.596	183	2.569
	Udio %		100,0		29,9
1985.	Iznos	167	14.372	122	3.117
	Udio %		100,0		21,7
1986.	Iznos	188	26.973	186	5.793
	Udio %		100,0		21,5
1987.	Iznos	218	58.762	278	16.114
	Udio %		100,0		27,4
1988.	Iznos	313	183.755	339	54.697
	Udio %		100,0		29,8
1989.	Iznos	2.387	4.386.867	4.216	2.306.334
	Udio %		100,0		52,6

Izvor: Služba SDK Dubrovnik, Informacije, Završni računi privrede općine Dubrovnik od 1981. do 1989.

bilješke 4)

"Mediterranski koncept razvoja strategije Hrvatske", Ekonomski fakultet Split, Radovi, br. 11, Split, 1994.

Iz podataka prethodne tablice očigledna je korelacijska veza i međuzavisnost turizma i turističke potražnje s jedne strane i potrošnje, odnosno prihoda s druge. Sva ta gibanja i svi važniji makroekonomski pokazatelji turističko-ugostiteljskog sektora nastali sučeljavanjem turističke potražnje i ponude, odnosno potrošnje, najvidljivije su se, nadalje, pozitivno manifestirali kroz odnose akumulacije i dohotka u privredi općine Dubrovnik. Pogledajmo u sljedećem pregledu te odnose u ukupnom gospodarstvu i posebice turizmu i ugostiteljstvu.

UDIO AKUMULACIJE U DOHOTKU PRIVREDE OPĆINE DUBROVNIK
I DOHOTKU TURIZMA I UGOSTITELJSTVA /u 000 din. tekuć. cij./

Tabela 8

Godina	UKUPNA PRIVREDA		TURIZAM I UGOSTIT.	
	Dohodak	UDIO (A/D) %	Dohodak	UDIO (A/D) %
1985.	4.031,52	18,84	1.714,31	25,15
1986.	6.827,83	17,50	2.784,33	22,93
1987.	15.029,08	11,44	6.436,86	14,10
1988.	50.554,67	12,14	22.524,87	15,78
1989.	701.155,30	10,38	240.213,10	15,22

Izvor: Završni računi, SDK, Dubrovnik od 1981. do 1989.

Usporedbe radi, spomenimo na kraju da ovi rezultati turističke privrede Dubrovnik znatno nadilaze iste iz grupacije ugostiteljskih usluga smještaja Hrvatske, odnosno realizirane prosjeke grupacije.

3. ODNOSI PANSIJSKIH I IZVANPANSIJSKIH KATEGORIJA POTROŠNJE I POZITIVNI POMOCI U NJIHOVOJ STRUKTURI

Istražujući i analizirajući buduća kretanja turizma na dubrovačkom području, pretpostavljajući naravno dosegnute rezultate na početku Domovinskog rata, ponajprije dolazimo do zaključka da je potrebno izvršiti značajne promjene u strukturi ponude poglavito turističkog ugostiteljstva, odnosno izvršiti suvremenu prilagodbu sadržaja, koristeći se primjerima nama najbližih i najznačajnijih mediteranskih⁵ zemalja.

5 Ovo je područje već tradicionalno najznačajnija receptivno turistička regija svijeta. Međunarodni turizam u zemljama Mediterana procjenjuje se na oko 86 milijuna dolazaka u 1990. godini, što je 20% svjetskog i 30% europskog totala. Prihodi od turizma u zemljama ovog dijela Europe procjenjuju se te godine na 49 milijardi USA dolara, ili na 20% svjetskog i 35% europskog prometa. Prema WTO europske mediteranske zemlje su: Italija, Španjolska, bivša Jugoslavija, Turska, Grčka, Francuska, Cipar i Malta

Da bi ojačali svoju poziciju u međunarodnom turizmu i realizirali poznate prednosti što ih donosi inozemna turistička potražnja osamdesetih godina, Mediteranske zemlje poduzimaju određene akcije za unapređenje poude. Nastale promjene u strukturi i zahtjevima potražnje iniciraju specifične akcije u nekim zemljama, kao npr. novu klasifikaciju hotela / u Francuskoj i Španjolskoj / , poticanje "Green tourisma" potpore malim hotelima i malima poduzećima / Francuska i Španjolska / , poticaj modernizacije i diversifikacije u razvoju hotelske industrije / većina zemalja / , potreba prilagodbi zgrada tradicionalne arhitekture za potrebe turizma i kreiranje i poticanje novih oblika smještaja, nove kategorije primjerice "Tourist residences" itd.⁶

Europske zemlje Mediterana dugo vremena drže vodeću poziciju među destinacijama međunarodnog turizma. Posljednjih nekoliko godina u pet zemalja ove regije /Grčka, Italija, Francuska, Španjolska i bivša Jugoslavija/ realiziralo se 45-48% ukupnih izdataka za međunarodni turizam u europskim zemljama OECD ili 35-37% primanja od inozemnih turista u svim zemljama OECD u svijetu. Osim toga, u ovih se pet zemalja ostvaruje gotovo trećina svih noćenja u međunarodnom turizmu svijeta.⁷

Budući da su ove zemlje pravi reprezentanti veličine i strukture turističke potrošnje, zanimljivo je pogledati kolike su i kakve razlike realizacije pansionske i izvanpansionske potrošnje između spomenutih zemalja i glavnih nositelja hotelske djelatnosti na dubrovačkom području; HTC "Dubrovnik" i HTC "Dubrava-Babin Kuk". Za tu svrhu poslužit ćemo se statističkim pregledom Z. Cerovića i pregledima poslovnih izvješća dubrovačkih hotelskih poduzeća.

STRUKTURA POTROŠNJE U MEDITERANSKIM HOTELIMA PREMA ZEMLJAMA U 1988. G. /na bazi DM po noćenju/

Tabela 9

	Kvarner. rivijera %	Jadran %	Italija %	Španjolska %	Francuska %	Grčka %
Potroš. za pan. usluge	46,69	50,91	36,48	35,98	37,63	43,27
Ugostiteljske usluge	30,97	26,09	26,87	26,68	26,63	29,76
Trgovačke usluge	12,48	12,38	25,50	27,42	24,70	17,31
Ostalo	9,85	10,61	11,20	8,83	11,61	9,66
UKUPNO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Izvor: Mr. Z. Cerović, "Karakteristike strukture turističke potrošnje i potražnje Kvarnerske rivijere" -Magistarski rad, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka 1990. str. 88.

- 6 A. Kobašić, Karakter odnosa turističke potražnje i ponude u mediteranskim zemljama, "Turizam" , 6/1986. str. 155.
- 7 Prema podacima iz publikacije: OECD, Tourism policu and international tourism, Paris, i WTO, World Travel Statistic, Madrid.

Navedeni pregled zorno pokazuje koje su i kakve razlike u realizaciji turističke potrošnje naših hotela i onih u Mediteranskim zemljama. Uočljiva je predominantna pozicija troškova na pansionu i očigledno mali udio trgovinskih usluga na koje se u mediteranskim zemljama razlijeva gotovo četvrtina ukupnog fonda potrošnje. Osim Jadranskog i Kvarnerskog prostora pogledat ćemo nadalje odnose pansionske i izvanpansionske potrošnje HPT "Dubrovnik" na temelju žurnalske brutto realizacije. Daje se struktura realizacije po godinama i u %.

HOTELSKO TURISTIČKO PODUZEĆE DUBROVNIK

Vrsta realizacije	1984. - %	1988. - %
Pansionska realizacija	59,5	60,1
Izvanpansionska realizacija	35,7	35,2
Trgovačka roba	4,8	4,7
Ukupna žurnalska realizacija	100,0	100,0

Izvor: Izvještaj o poslovanju za odgovarajuće godine

Iako se radi o jednom od najsloženijih organizama u hrvatskom turizmu, HTP-Dubrovnik, rezultati i pokazatelji odnosa potrošnje, odnosno rasporeda troškova na pansionske i izvanpansionske sadržaje, govore da se i ovdje radi o tradicionalnim odnosima neinventivne i siromašne ponude, posebice u izvanpansionu i da su promjene neosjetljive na zahtjeve suvremene turističke potražnje. Posebice zabrinjava relativno mali iznos potrošnje koji se realizira u trgovini i kupovinama u okviru hotelskih kuća, turističkih centara i kompleksa.

Pogledajmo, međutim, i drugi primjer s dubrovačkog područja HTC "Dubrava Babin Kuk" jedan od najvećih, ako ne i najveći, hotelsko turistički kompleks s najsuvremenijim i prema međunarodnoj potražnji najfunkcionalnije koncipiranim sadržajima, posebice onim iz sektora izvanpansionske potrošnje.

OSTVARENI NETO PROMET ZA HOTELE SA VANJSKIM SADRŽAJIMA U HTC "DUBRAVA BABIN KUK" PO VRSTAMA SADRŽAJA /u DEM/

Tabela 10

Godina	Pansion	%	Izvanpansion	%	Ukupno	%
1985.	31.043.091	74,9	10.350.070	25,1	41.393.161	100,0
1986.	30.683.864	73,0	11.329.669	27,0	42.013.533	100,0
1987.	25.698.446	75,8	8.177.843	24,2	33.876.289	100,0
1988.	13.051.894	81,7	2.913.691	18,3	15.965.585	100,0
1989.	39.674.653	76,0	12.523.403	24,0	52.198.056	100,0
1990.	21.198.094	73,3	7.719.924	26,7	28.918.018	100,0

Izvor: Izvješća sektora za plan i analizu HTC "Dubrava Babin Kuk"

Usporedni pokazatelji, dakle, kretanja kategorija pansionске i izvanpansionске potrošnje, odnosno sadržaja naših grupacija suvremenog hotelijerstva i hotela mediteranskih zemalja govore, da se poslovanje kod nas praktično svodi na usluge pansiona, dok su svi drugi, poglavito profitabilniji oblici zadovoljavanja turističkih potreba izvan hotelske postelje, po obujmu i strukturi osjetno manji. To se jednako odnosi na sve hotele pojedinačno hotelske zone, komplekse ili centre, bez obzira na osobitosti ili kvalitet destinacije, lokacije ili regionalnu⁸ rasprostranjenost. Za potvrdu te teze u nastavku dajemo pregled odnosa pansionске i izvanpansionске realizacije hotela najviše kategorije u Dubrovniku pojedinačno.

USPOREDNI PREGLED UČEŠĆA PANSIОNSKE I
IZVANPANSIОNSKE REALIZACIJE U UKUPNOJ ŽURNALSKOJ
REALIZACIJI ZA 1986. I 1987. GODINU /u %/

Tabela 11

Hotel	1986.		1987.		Indeksi	
	Pansion	Izvanpan.	Pansion	Izvanpan.	Pansion	Izvanpan.
Croatia	72,0	28,0	74,4	25,6	103	91
D. Palace	81,2	18,8	82,6	17,4	102	93
Argentina	71,9	28,1	73,1	26,9	102	96
Belvedere	66,5	33,5	71,0	29,0	107	87
Excelsior	81,2	18,8	82,0	18,0	101	96
V. Dubrovnik	79,7	20,3	82,2	17,8	103	88
Imperial	83,5	16,5	84,8	15,2	102	92

Izvor: HTP "Dubrovnik", izvještaji o poslovanju

Na temelju iskaza strukture potrošnje, pansionске i izvanpansionске velikih sustava dubrovačkog turizmu; HTP "Dubrovnik" i HTC "Dubrava Babin Kuk", nameće se neprijeporan zaključak, da je predominantna pozicija pansionске realizacije posljedica tradicionalizma u našem hotelijerstvu, a relativno mala realizacija nekih izvanpansionских sadržaja, poglavito kupovina trgovine posljedica siromaštva ponude⁹, neinventivnosti

- 8 Obračunani prihodi od pansionских usluga u HTP "Makarska rivijera" 1988. god. po Osnovnim organizacijama iznosili su: Brela 74,2%, Baška Voda 74,1%, Makarska 68,1%, Tučepi 81,8%, Podgora 76,3% od ukupne žurnalske realizacije. H. Džubur, Meduzavisnost razvitka turizma i gospodarstva, Zbornik radova, V/2, FTVT, Dubrovnik, 1988.
- 9 Siromašna ponuda po asortimanu i kvaliteti (uz nedostatak brojnih elemenata za zadovoljenje potražnje), omogućavala je samo nisku potrošnju pa prema tome i privlačila samo turiste koji su bili zadovoljni s tom razinom ponude. To su bili i razlozi da turisti iz istih zemalja, iste kupovne moći i istih navika, troše manje u Hrvatskoj nego u Italiji ili nekoj drugoj zemlji. A. Kobašić, Ibid. str. 7

organizacije, krutosti i neprilagodljivosti. Prilagodba jedne i druge ponude, znači pansionske i izvanpansionske, središnje je pitanje našeg turizma i naše pozicije na tržištu, posebice inozemnom, i konačno, repozicioniranje čitavog ugostiteljskog sektora. Jer, kako primjećuju brojni autori, rezerve u povećanju potrošnje, pri današnjem stupnju razvijenosti našeg hotelijerstva, nalazi se upravo u sferi izvanpansionske ponude bilo u hotelu ili njegovom okruženju. To drugim riječima znači da u našem hotelijerstvu još uvijek postoje ogromne rezerve i neiskorišteni resursi, koji bi aktiviranjem potakli propulzivnu moć čitavog gospodarstva koje se naslanja na turizam ili mu je turizam novo tržište ili nova šansa u primjenjenim uvjetima gospodarskog okruženja.

4. NEKE OPSERVACIJE, STAVOVI I SUGESTIJE EKSPERATA U TURIZMU O PROBLEMATICI PRILAGODBE I USKLAĐIVANJA ODNOSA PONUDE I POTRAŽNJE

Očigledno je, međutim, da će u novonastalim uvjetima poslijeratne izgradnje, restrukturacije ugostiteljstva i hotelijerstva i poslovne rekonstrukcije, biti nužna temeljita prilagodba usluga, i sadržaja, posebice izvanpansionskih, koju će diktirati suvremena potražnja, nadasve novi segmenti potražnje koji se manifestiraju kroz brojne selektivne vrste turizma. O prilagodbi pansionskih i izvanpansionskih sadržaja, brojni eksperti i djelatnici u turizmu priopćavaju različite ideje i sugestije, sve na crti poboljšanja uvjeta potrošnje i povećanja poslovnih efekata u turizmu i turističkom ugostiteljstvu. Stoga se, napominje I. Antunac, važna mogućnost poboljšanja rezultata ekonomskog poslovanja poduzeća nalazi u podsticanju da turisti povećaju svoju ukupnu i svoju dnevnu potrošnju, putem pansionske i izvanpansionske potrošnje¹⁰.

Razrađujući dalje stavove i ideje o prilagodbi ponude uvjetima potražnje A. Kobašić upozorava, da će prilagođavanje ponude kod nas u mnogim konkretnim primjerima zahvatiti cjelokupne strukture nekih odredišta, a to znači; prostorno urbanističko, hortikulturno, estetsko, organizacijsko, funkcionalno, tehničko-tehnološko, sadržajno i druga preoblikovanja. I dalje, s punim uspjehom prilagođavanja naše turističke ponude i povoljnim rezultatima toga za zemlju, regije ili odredišta, može se

¹⁰ Podsticanje izvanpansionske potrošnje rezultira intenzificiranjem turističke potrošnje, a da bi se postiglo bilo proširenje sezone, bilo intenzificiranje turističke potrošnje, potrebno je proširiti lepezu turističkih usluga, obogatiti ih, učiniti ih raznolikijima i atraktivnijima. I. Antunac, Selektivne vrste turizma, "Turizam" br. 4. Zagreb, 1991. str. 115

računati tek kad cjelokupno gospodarstvo i društveno okruženje omogućiti ravnopravno natjecanje s ponudom drugih mediteranskih zemalja i odredišta¹¹.

Dakle, prilagodba ponude ili njezinih pojedinih elemenata nije nekakvo tehničko pitanje ili samo pitanje promjene strukture odnosa u području pansionskih i izvanpansionskih sadržaja, već je daleko više pitanje strategije razvoja ugostiteljskog sektora razvojne i poslovne politike. To tim više, što svaka prilagodba odnosno kvalitativna promjena broja i strukture sadržaja ujedno znači i trošak ili konkretni investicijski napor nositelja djelatnosti.

Analizirajući nove trendove u razvoju hotelske ponude¹²

Z. Cerović konstatira da su razlozi lošijih rezultata našeg hotelijerstva u odnosu na mediteranske zemlje i pri istim prodajnim cijenama, nalaze između ostalog, u netržišno osmišljenim i neadekvatno projektiranim izvanpansionskim programima i niskoj razini materijalne i tehničke opremljenosti hotela posebno u sferi proizvodnje hrane. S druge strane, rezerve za povećanje potrošnje gosta u hotelu nalaze se u povećanju potrošnje u sferi izvanpansionske potrošnje. Da bi se povećala potrošnja po gostu i poboljšala struktura potrošnje, prema istoma autoru, potrebna je promjena organizacije poslovanja, poboljšanje tehničke opremljenosti hotela te podizanja većeg stupnja zainteresiranosti radnika za izvršenje zadataka. Rezerve su, prema tome, u bitno poboljšanoj strukturi ponude u sferi izvanpansionskih usluga, te s povećanjem standarda i kvalitete hotela u promjeni strukture turista, njihovih potreba i motiva dolaska. Prema tome, problemi prilagodbe izvanpansionske¹³, pa s tim u vezi i pansionske ponude, odnosno uspostave i rekonstrukcije postojećih i novih sadržaja koje uvjetuje sve izbirljivija potražnja, tim je složeniji i teži jer su ratne nevolje, prognanici i izbjeglice dobrano devastirali postojeće objekte, posebice hotele, a sredstava nakon loših ratnih sezona praktično nema ni za tekuće održavanje, a kamo li za novu svjetsku podjelu potražnje u sve oštrijem tržišnom sučeljavanju.

11 A. Kobašić, Moderni turizam i usmjeravanje turističke ponude, "Turizam", br. 7-8, Zagreb, 1993. str. 163

12 Postojeće hotele potrebno je temeljito rekonstruirati u hotele visoke kvalitete i standarda, osmišljene hotelskim sadržajima poželjnim za turiste specifičnih europskih navika, potreba i motiva. Z. Cerović, Novi trendovi u razvoju hotelske ponude, Hotelska kuća, 90, Zbornik radova, str. 227, Opatija, 1990.

13 Činitelji izvanpansionskih sadržaja prema "Analiza TOMAS!" iz 1989. su; zabava, šport, mogućnosti za kupovinu, mogućnosti za konferencije, staze za šetnje, izleti, kultura i mogućnosti za obiteljski odmor. Lj. Kosor, Hotelska kuća 1990. Opatija, dodaje još; mjenjačnice, salone, saune, gimn. dvorane, trim kabinete, kockarnice, ljekarsku njegu, kursalone, teniska igrališta itd.

Pregledom procjene šteta u području ugostiteljsko-hotelijerske odnosno općenito turističke djelatnosti na nekom području, nije dostatno uspoređivati vrijednosni izraz turističkog prometa iz primjerice 1990. godine ili neke od prethodnih uspješnijih sezona / a on je zbog niza tadašnjih metodoloških nekorektnosti bio dobrano podcjenjivan / naspram mizernog turističkog prometa tijekom gotovo pet okupacijskih ratnih sezona / 1991.-1995./, već je nužno tako statički izračunatim štetama pridodati očekivane štete temeljene na dinamičkom / godišnji porast svih pokazatelja / promatranju pojave. U gospodarskom prilogu / Kuna, br, 96 / N. Kuvacić napominje da i sama takva usporedba / primjerice između prometa iz 1990. i ratnih sezona od 1992. do 1995. / , prema dostupnim proračunima iskazuje štetu veću od tri milijarde dolara i to samo na području Dalmacije.

ZAKLJUČAK

Dubrovačka regija izrazito je turističko područje sa gotovo isključivoma gospodarskom orijentacijom na turizam. Prihodi iz turizma ovdje čine gro prihoda i dohotka kako gospodarskih i drugih subjekata tako i stanovništva. Ovaj prostor, nadalje, najbolji je reprezentant dinamičnog ekonomskog i društvenog razvitka pod utjecajem turizma u jadranskom prostoru Hrvatske. On je ujedno i najbolji reprezentant obujma i kvalitete turističke potrošnje i odnosa najsvježijih djelatnosti u strukturi potrošnje. Stoga su ovdje djelatnosti ugostiteljstva, trgovine na malo i prometa primarne i čine više od 70% društvenog proizvoda regije. Na taj način je kvantitativna i kvalitativna povezanost najvažnijih djelatnosti i turizma više nego očigledna i snažnija je tamo, kao primjerice u turističkom ugostiteljstvu, gdje se djelatnosti i turizam tradicionalno prožimlju.

Iz navedenih analitičkih prikaza razvoja potražnje, pansionske i izvanpansionske potrošnje u svijetu i u nas, nedvojbeno je da postoji u prvom redu ekonomski interes turističko ugostiteljske djelatnosti za sustavno i trajno poticanje potražnje, posebice inozemne, te proširenje ponude, poglavito izvanpansionske u našem hotelijerstvu. Taj interes se ne temelji samo na globalnim pokazateljima strukture potrošnje u kojoj se ugostiteljstvo, odnosno smještaj i prehrana, u svim istraživanjima kreću oko ili iznad 60% udjela u ukupnoj potrošnji, već i na činjenicu da je u narednomu razdoblju nužno jačati tendencije kvalitetnije preraspodjele ukupne potrošnje sve više u korist izvanpansionskih sadržaja turističke ponude. Na temelju tako uočenih tendencija, ne samo na strani ponude već daleko više na strani turističke potražnje, nije teško zaključiti da nijedna cijena suvremene i kvalitetne dogradnje i prilagodbe ponude potražnji, poglavito najvažnijih elemenata izvanpansionskih sadržaja, neće biti previsoka s obziroma na višestruko značenje turističkih prihoda / devizni priljev i potrošnja / u lokalnoj i nacionalnoj ekonomiji.

LITERATURA

1. Antunac, I., Selektivne vrste turizma; Turizam, 4/1991. Zagreb
2. Cerović, Z., Novi trendovi u razvoju hotelske ponude; Hotelska kuća 1990. Zbornik radova, Opatija, 1990.
3. Dulčić, A., Turizam - načela razvoja i praksa; Institut za turizam Zagreb, 1991.
4. Džubur, H., Gospodarske i turističke specifičnosti južnojadranskog prostora Hrvatske; Znanstveni skup "Mediterranski koncept razvojne strategije Hrvatske, Radovi br. 11. Ekonomski fakultet, Split, 1994.
5. Kobašić, A., Moderni turizam i usmjeravanje turističke ponude; Turizam, 7-8, Zagreb, 1993.
6. Marković, S. i Z., Ekonomika turizma; Školska knjiga, Zagreb, 1972.
7. Ostali izvori: Završni računi SDK, Dubrovnik, Ankete TOMAS, Izveštaji o poslovanju HTP "Dubrovnik", HTC "Dubrava Babin Kuk", Statistički ljetopisi DZS, Zagreb

Hamid Džubur, PhD

Associate Professor

Faculty of Tourism and Foreign Trade, Dubrovnik

ADJUSTMENT OF BASIC TOURIST EXTRA SERVICES TO CONTEMPORARY TRENDS IN TOURIST DEMAND

Summary

The paper outlines the development of the basic elements in tourist traffic in the Dubrovnik region for a ten-year period, ie. the period prior to the beginning of the Patriotic war in Croatia. It marks the last representative period in tourist trends as all the succeeding non-tourist war years can not objectively be regarded as representatives of this phenomenon, and they deform all relevant indicators and effects in tourist industry.

Included in the paper are also indicators of tourist impact upon local economy. It therefore features permanent income development trend, an increase of its share in total economic growth and accumulation. Related to this, part of this paper deals with global relationship within tourist expenditure, relationships within the sphere of pension and extra tourist services, as well as the need for transformation and adaptation of certain elements of offer, tourist catering in particular. This primarily pertains to the adjustment of extra tourist facilities and offer to modern trends in tourist demand, especially international, as a real prospect for the organisation and establishment of tourism, ie. tourist economy of recognisable identity.

Key words: *tourist offer and demand, tourist expenditure, pension and extra services, economy, income and accumulation, organisation and adjustment of offer.*