

О НАСТАНКУ, ПОЈМУ И ВРСТАМА ТУРИСТИЧКИХ АГЕНЦИЈА

1. Настанак и развој

Настале у време појаве првих импулса развијенијег туризма, туристичке агенције су на свом развојном путу прошле кроз неколико етапа. Њихов развој је умногоме зависио од унапређења и развоја туризма уопште.

Оснивачем прве путничке агенције сматра се Енглец Thomas Cook. Он је 1841. године организовао конгрес антиалкохоличара. Да би на железници добио попуст за право учесника конгреса, закључио је са управом железнице уговор о колективном превозу, а истовремено се бринуо и о смештају учесника. Cook је касније организовао и друга слична путовања на којима се темељила појава прве агенције. Година 1845. сматра се годином оснивања агенције „Thomas Cook and Son”, која под истим називом послује и данас као једна од највећих туристичких агенција у свету.

Сам настанак туризма у савременом смислу и појава првих путничких агенција, међусобно су условљене појаве. Све док су се путовања обављала на уским просторима, везана за једно превозно средство, путници су могли сами да организују сопствена путовања. Међутим, када су путовања постала сложенија и обухватила већи број превозних средстава, уз богатије видове туристичких услуга, указала се потреба за специјалним организовањем таквих путовања. То је условило појаву путничких агената као „правних и туристичких саветника” све бројније клијентеле.¹⁾ Разумљиво је да се, упоредо са развојем материјалне основе путовања и цивилизације људи, мењао опсег и садржај помоћи која је захтевана од путничких агената. Данас су туристички агенти не само посредници и „саветници” корисника туристичких услуга, већ је њихова делатност од великог значаја за бројне даваоце туристичких услуга (саобраћајне организације, угоститељи, хотелијери и др.), којима помажу да лакше пласирају своје „производе”. Истовремено с тим, као и са проширењем делокруга рада, туристичке агенције и саме остварују значајне привредне резултате.

¹⁾ Vanderperren Willem, Образложење Нацрта међународне конвенције о уговору о путовању (CCV), „Туризам”, бр. 11/1968. стр. 21.

После појаве прве путничке агенције — „Thomas Cook”, развоју масовног туризма допринеле су и многе друге агенције које се јављају у разним земљама света.

У Сједињеним Америчким Државама је још 1838 године основане компаније „American Express” — Соmрапу „Amexo”, која се првобитно бавила искључиво превозом робе и шпедицијом на релацији између Њујорка и Босфора. Касније је прерасла у специјализовану путничку агенцију за чију се делатност, после 1890. године, везује настанак путног чека, ваучера и путне карте.

Прва немачка агенција основана је 1868. године у Берлину. Претежни задатак агенције био је усмерен на организовање групних путовања.

У другој половини 19. века оснивају се прве туристичке агенције и у другим земљама. То је случај са Француском (агенција „Хубин” — 1874. год.), Италијом (1897), Чехословачком, Пољском, Мађарском и др. Временом поједине путничке агенције отварају велики број филијала у различитим земљама.²⁾

Због све изразитијег међународног карактера туризма, у Совјетском Савезу је 1929. године основана путничка агенција „Интурист”. Ова агенција је самостално правно лице и јединствена фирма у СССР-у за обављање иностраног туризма на комерцијалној основи. „Интурист” има у различитим градовима СССР-а, велики број пословница, мотела, кампова и аутокућа који представљају самостална правна лица.³⁾

Прва иницијатива за оснивање путничке агенције на подручју Југославије јавила се 1911, да би била реализована 1923. године. Тада је основана прва домаћа путничка агенција „Путник”.⁴⁾ „Путник” је био овлашћен да продаје возне карте ван станичних зграда и да врши пропаганду у циљу веће туристичке посете нашој земљи. Имао је право иницијативе за оснивање туристичких савеза и друштава на појединим подручјима Југославије.⁵⁾

После 1945. године „Путник”, након рата, обнавља своју делатност, а уз централу у Београду оснива филијале у свим већим градовима земље. Применом принципа Закона о управљању предузећима и вишим привредним удружењима од стране радних колектива, године 1951. „Путник” губи карактер савезног предузећа, а филијале

²⁾ Као пример наводимо агенцију „Thomas Cook and Son”, која данас има око 400 филијала у преко 60 земаља света.

³⁾ Иванов В. Е, Регулирование международного туризма, „Советское государство и право”, № 12/1969. год. стр. 128.

⁴⁾ Сматра се да је прво организовано путовање са туристичким мотивима на подручју Југославије организовано 1863. године. Путовало се од Загреба до Градачца и Беча. Основно превозно средство била је железница, а корисници путовања су за 32 форинте били лишени свих брига осим оних у вези са „јелом и забавом”. (О томе видети: Вуковић др Борис, Прва организована туристичка путовања. „Туризам” бр. 4/1980. год. стр. 23—24.

⁵⁾ У вези са овим видети: Друштвена правила агенције „Путник”, Београд, 1932. год.

по градовима постају самосталне путничке агенције уз задржавање истог назива — „Путник”.⁶⁾

Са општим развојем животног и друштвеног стандарда, у свету се јавља читав низ нових туристичких агенција.

2. Назив и појам туристичке агенције

За означавање појма туристичке агенције не постоји опште усвојен назив. Присутна је терминологија шароликост како у језицима разних народа, тако и на подручју националне теорије, законодавства и пословне праксе. У литератури се срећу различити називи као на пример „путнички уред”, „путничка агенција”, „туристичко предузеће”, „туристички биро”, „тоурооператор”, „туристичка агенција” и др. Наш законодавац користи израз „туристичка агенција” (Одлука о јединственој класификацији делатности, Закон о облигационим односима), док пословна пракса задржава, у већини случајева, традиционални назив „путничка агенција”.⁷⁾ Назив „путничка агенција” уско је повезан са почетном делатношћу агенција која се тичала једино посредовања у пружању услуга у вези са путовањем. Поменути назив је својевремено, на одговарајући начин, одражавао карактер делатности агенције, указујући да су корисници њених услуга — путници. Изворна терминологија — „travel agency”, пренета је из Енглеске у друга језичка подручја: „agence de voyage” (француски), „бјуро путешствиј” (руски); „Reisebüro” (немачки) итд. Сматрамо да је овакав назив неодржив посебно за оне организације које се баве организовањем туристичких путовања или креирају сопствену туристичку понуду. При томе је посредовање сведено на најмању, меру, а термин „путнички” не одговара структури корисника услуга. Сама подела „агенцијских” организација, према врсти активности, представља савремену тенденцију у развоју ове делатности: на једној страни, захваљујући финансијској и кадровској концентрацији, јављају се организатори путовања (туристичке агенције), а на другој страни мање агенције усмерене на класичне облике посредничких туристичких делатности (путничке агенције). Најзад постоје и туристичке агенције које су сопственици хотелских објеката, превозних средстава и које се јављају као носиоци туристичке понуде. Због тога је тешко разрешити питање заједничког назива за различите врсте организација агенцијске делатности. У вези са тим др В. Шмид истиче: ... „ми бисмо радо претворили у норму назив „туристичке и путничке агенције” јер својом дескриптивношћу од-

⁶⁾ „Путник”, Београд данас има већи број пословница и ООУРа широм земље: ООУР „Београдске пословнице”, Београд, ООУР „Инострани туризам”, Београд; „Путник Словенија”, Љубљана; ООУР „Путник Косово”, Приштина; „Путник”, Скопље; ООУР „Ниш”, у Нишу и др.

⁷⁾ Видети: Уговор о закупу хотелских капацитета за 1983. годину између радне организације „Лептерија” из Сокобање и „путничке агенције”, „Југотурс”, Београд, као и друге уговоре туристичког пословног промета.

говора и комплексној активности агенције и њеној новој функцији на туристичком тржишту.⁸⁾

Сматрамо да је, у садашњој фази развоја туризма, назив „туристичка агенција“ најприкладнији и најближи генеричном називу. Термин „туристички“ обележава појам који у себи подразумева читав низ делатности, а између осталих и путовања. Нема агенцијског туризма без путовања. Назив „путничка агенција“ оправдан је само за оне организације (предузећа) која се баве посредовањем у ужем смислу (продаја карата, субагентура и сл.).

И као што нема јединственог става о називу, слична је ситуација и са одређивањем појма туристичке агенције.

У литератури се истиче да је туристичка агенција типична творевина чија се основна делатност састоји у пружању услуга туристима у вези са путовањем и њиховим туристичким боравком.⁹⁾

У дефиницијама класика теоретске мисли о туризму, појам агенције је одређиван у вези са њеном почетном делатношћу, која је била везана за путовање. У том смислу се истицало да је путничка агенција „специјализована установа за пружање услуга путовања“.

С обзиром да се, после првих покушаја одређивања појма агенције, у стручној литератури јавља знатан број дефиниција, указаћемо само на оне најзначајније.

Према немачким теоретичарима Klatu и Fischeru „путничка агенција је оно привредно предузеће које услуге трећих предузећа посредује туристима, или те услуге нуди у посебним комбинацијама као нове властите услуге“.¹⁰⁾

Eckerman сматра да је путничка агенција посредник између „саобраћајних субјеката (транспортера) и саобраћајних објеката (особа)“.¹¹⁾

Познати и веома заслужни теоретичари у области туризма — dr W. Hunziker и K. Krapf дали су следећу дефиницију: „путничке агенције су она предузећа која при путовању и боравку странаца или само посредују потребне услуге трећих лица, или ове нуде у нарочитим комбинацијама као нове властите услуге.“¹²⁾

И у оквиру међународне уније за унификацију привредног права било је покушаја да се одреди појам агенције: „путнички агент је предузетник који у туристичкој привреди врши комплексну професију путничког посредника, а која обухвата пружање интелектуалних и техничких услуга било у властитој режији или као пуномоћник“.

⁸⁾ Шмид др Вјекослав, Путничка агенција и њени уговори с путницима и даваоцима услуга, дисертација, Београд, 1976. год. стр. 15.

⁹⁾ Видети: Марковић др Срђан и Марковић мр Зора, Основе туризма, II издање, „Школска књига“, Загреб, 1970. год. стр. 161.

¹⁰⁾ Klat dr Heinz und Fisher dr Jürgen: Die Gesellschaftsreise, Carl Neimans Verlag KG, Köln — Berlin — München — Bonn, 1961. стр. 32. (Према Марковић др Срђан, Марковић мр Зора, оп. цит.)

¹¹⁾ K. Eckermann, Die Betriebswirtschaft eines Reisebüros, Frankfurt, Main, 1930. стр. 8. (Према Марковић др Срђан, Марковић мр Зора, оп. цит.)

¹²⁾ У вези са овим видети: Бранислав М. Работић, Туристичка агенција као организатор и реализатор туристичког аранжмана, скрипта, Београд, 1980. год. стр. 5.

У Америци је најраспрострањенија дефиниција путничке агенције по којој се под агенцијом подразумева уред или предузеће које се бави организацијом и продајом путовања и др.

У Тунису се под туристичком агенцијом сматра свако предузеће које се стално и са лукративним циљем бави делатношћу која се састоји у продаји публици, непосредно или посредно, буре или комисионо, индивидуална или колективна кружна путовања и боравак, као и све услуге које су с тим повезане.¹³⁾

У нашој литератури такође постоји већи број дефиниција, а са тим и различита мишљења о појму туристичке агенције:

Др Србан и му Зора Марковић истичу да је „путничка агенција специфична привредна организација, која се у економском и организационом смислу сврстава у туристичку привреду, „али која има посебан положај према туристичкој тражњи и туристичкој понуди.“¹⁴⁾

Према др В. Шмиду „путничка агенција је организација удруженог рада која се бави организацијом путовања, посредовањем појединих услуга и пружањем других услуга везаних за путовање и боравак.“¹⁵⁾

Др Ж. Јовичић дефинише туристичку агенцију као „специфичну и јединствену радну организацију која се бави пословима туристичког промета“. При томе под пословима промета подразумева односе у вези са обезбеђењем превоза, смештаја и других услуга потребних за реализовање планираног туристичког кретања.¹⁶⁾

Дефиниција „југословенске туристичке агенције“ преда др М. Решетару, истиче да се ради о организацији удруженог рада која по налогу стране агенције или на непосредни захтев корисника, сама пружа или од других извршилаца прибавља појединачне туристичке услуге или од појединачних услуга формира туристички аранжман и продаје га као јединствен производ у своје име и за свој рачун.¹⁷⁾

На основу анализе наведених дефиниција произилазе закључци, о њиховим заједничким карактеристикама и општим одлукама туристичке (путничке) агенције:

1) туристичка (путничка) агенција је привредна организација (предузеће);

2) агенција припада типу организације прометно-услугног карактера;¹⁸⁾

3) агенција, кроз свој делокруг рада са лукративним циљевима обавља послове посредовањем између различитих учесника

¹³⁾ Видети: „La gazette touristique de Tunisie”, № 66/1974. стр. 11.

¹⁴⁾ Марковић др Србан и Марковић мр Зора, оп. цит. стр. 162.

¹⁵⁾ Шмид др Вјекослав Путничка агенција и њени уговори с путницима и даваоцима услуга, дисертација, Београд 1976. год. стр. 52.

¹⁶⁾ Јовичић др Живадин, Основи туризма, „Научна књига”, Београд, 1976. год. стр. 57.

¹⁷⁾ Решетар др Мијо, Унутрашња организација туристичких агенција: као битан предвјет квалитете у пословању, реферат са симпозијума „Квалитет у пословању туристичких агенција”, Београд, 1981. год. стр. 1.

¹⁸⁾ Има и мишљења да је туристичка агенција „специфична и јединствена производна организација”. Видети: Ж. Јовичић, Основи туризмологије, „Научна књига”, Београд, 1980. стр. 173.

туристичког промета, организатора путовања и боравка, као и вршиоца других услуга у туристичком промету;

4) Зависно од врсте послова коју обављају, агенције иступају у правном промету као двоструки посредници или организације које послују у своје име и за свој рачун;

5) С обзиром на сложену структуру послова и различит правни положај у промету, могуће је говорити о више врста (типова) туристичких агенција.

3. Врсте туристичких агенција

С обзиром на различите критеријуме, постоји више врста туристичких агенција:

3. 1. Локалне, регионалне, националне и међународне туристичке агенције

Ова подела врши се према критеријуму просторног деловања и величине тржишта на коме агенције послују. Локалне и регионалне туристичке агенције послују на територији која припада месту њиховог седишта. Обим послова којима се баве везан је за излетнички туризам на територији региона у коме се налазе.

Међународне туристичке агенције се баве пословима туристичког посредовања и другим пословима туристичког промета са иностранством. За разлику од локалних и регионалних туристичких агенција, које припадају типу мањих и простијих организационих целина, међународне организације имају сложенију структуру уз испуњење посебних законских прописа за обављање делатности са иностранством.

Националне туристичке агенције преко мреже сопствених филијала обављају и развијају делатност на територији једне земље.

3. 2. Агенције рецептивног и иницијативног карактера

Критеријум ове поделе туристичких агенција извире из различитог туристичког положаја земаља у којима оне послују.

Туристичке агенције рецептивног типа послују у земљама које имају повољне услове за пријем гостију и пружање услуга страним туристима. Налазе се у односу узајамне сарадње са страним агенцијама које им поверавају извршење одређених услуга које дугују својим клијентима.¹⁹⁾

Агенције иницијативног карактера обављају делатност у земљама које немају природне и друге услове за пријем страних туриста (оштра клима, оскудне природне и друге туристичке занимљивости

¹⁹⁾ Међу познатијим агенцијама рецептивног типа у Југославији истичу се „Montenegro-turist“, „Kvarner expres“, „Atlas“ и др.

и сл.)²⁰⁾ Становници тих земаља остварују своје туристичке потребе и жеље одласком у иностранство. При томе им помажу агенције иницијативног типа, које на тај начин постају „извозници туризма”.²¹⁾

3. 3. Гросистичке, детаљистичке и комбиноване туристичке агенције

Класификација туристичких агенција на гросистичке, детаљистичке и комбиноване, врши се с обзиром на садржиј рада и предмет њиховог пословања.

Гросистичке агенције састављају комплетна организована путовања и нуде туристичке аранжмане (пакет услуга). При томе оне често ступају у бројне послове односно са различитим даваоцима појединачних услуга, а ређе са непосредним корисницима услуга. Гросисти организују туристичке аранжмане и „финализовану робу” нуде другим туристичким агенцијама које као заступници гросисте улазе у уговорне односе са корисницима услуга и аранжмана. Уобичајени третман за гросистичке агенције „tour — operator”.²²⁾

Агенције детаљисти јесу малопродајне агенције, чија је делатност усмерена на пропаганду и продају туристичких услуга гросиста и других услуга туристима. У пословном промету овај тип агенција познат и под називом „кореспондент” или „субагент”.

Комбиновани тип туристичких агенција бави се како организацијом, тако и продајом туристичких аранжмана. Овај тип агенција доминантан је на туристичком тржишту Европе. Мешовите агенције припремају организована путовања и посредством филијала, сопствених или туђих, нуде туристима. Међутим, оне поседују и у продаји појединачних услуга путовања и боравка, као и организованих путовања других туристичких агенција.

3. 4. Појединачне и сложене туристичке агенције

Подела туристичких агенција на појединачне и сложене чини се с обзиром на њихову величину. Појединачне агенције немају мрежу нижих и мањих организационих јединица. Њихова делатност се своди на пружање услуга посредовања.

Сложене туристичке агенције имају у своје саставу мрежу пословница и посебних продајних места. Између појединих места и пословница извршена је подела рада, а заједничке послове обавља централа, која координира радом агенције.

²⁰⁾ Најпознатије агенције овога типа у свету јесу „American Travel Abroad”, „Sita World Travel”, „Tjareborg Resor”, „Panorama Tour” и др.

²¹⁾ Више о томе: Poplomont A. G. Champs d'activite, Statut professionnel et responsabilite des agences de voyages, FUA AV, 1968. стр. 15. (Цитирано према: Шмиц др Вјекослав, оп. цит. стр. 39.).

²²⁾ У Европи су познати бројни тоуроператори, међу којима се истичу енглески „Thomson Holidays”, немачки „TUI”, швајцарски „Airoour Swiss” и др.

Поред поменутих, постоје и друге поделе туристичких агенција. Тако се, на пример, према организационим решењима могу разликовати агенције са статусом самосталне организације удруженог рада (предузећа), као и агенције које послују као организациони делови организација других привредних делатности.

Mr Aleksandar Ćirić, assistante

DE LA NAISSANCE, NOTION ET SORTES D' AGENCES DE TOURISME

— Résumé —

La naissance du tourisme et l'apparition des premières agences de voyages sont deux phénomènes mutuellement conditionnés. En même temps qu'avec le développement de la base matérielle de voyages se changeait le volume et le contenu de l'aide réclamée par des agences de voyages.

Après l'apparition de la première agence de voyger „Thomas Cook”, beaucoup d'autres agences apparues dans certains pays du monde ont contribué au développement du tourisme de masse.

Pour déterminer la notion d'agences de tourisme, un terme généralement adopté n'existe pas, et dans ce sens une variété terminologique est présent tant dans les langues de divers peuples que dans le domaine de la théorie nationale, de la législation et de la pratique commerciale.

Dans le travail on a pris position en faveur du terme „agence de tourisme”, vu que ce terme de tourisme désigne et implique une notion qui sous-entend elle-même toute une suite d'activités, entre autre voyages.

Etant donné qu'il n'existe pas d'attitude unique concernant le terme, la situation est pareille aussi lors de la détermination de la notion d'agence de tourisme. Dans le travail un grand nombre de définitions de l'agence de tourisme est présenté et sur la base de leurs analyses sont tirées certaines conclusions sur les distinctions générales des agences de tourisme.

A la fin du travail une division des agences de tourisme en cortex est donnée par l'application de différents critères.