
ANALIZA OBJEKTIVNIH POKAZATELJA RAZVIJENOSTI TURIZMA U CRNOJ GORI

Srđan Milošević, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Sažetak

Cilj analize objektivnih pokazatelja turističke razvijenosti opština u Crnoj Gori ogleda se u boljem i detaljnijem razumevanju potencijalnog uticaja turizma. U radu su obrađene konkretne analize koje se odnose na razvijenost turizma u pojedinim opštinama Crne Gore. Opštine, koje su uzete u obzir prilikom analize, su one koje dominantno razvijaju turizam, zatim one opštine u kojima je turizam sekundarna delatnost, kao i one opštine u kojima turizam nije prepoznat kao šansa za ukupni lokalni razvoj. Objektivni pokazatelji, uzeti u razmatranje, a do kojih se došlo korišćenjem zvaničnih statističkih izvora, su: (1) broj turista u odnosu na broj stanovnika; (2) broj kreveta u odnosu na broj stanovnika; (3) prosečan boravak turista; (4) iskorišćenost kapaciteta (meren brojem dana na godišnjem nivou); (5) broj zaposlenih u turizmu (iskazan u odnosu na broj ukupno zaposlenih). Od rezultata dobijenih ovakvom analizom, očekuje se odgovor na pitanje da li se razvoj turizma u Crnoj Gori mora naći u fazi preispitivanja.

Ključne reči: razvoj turizma, uticaj turizma, Crna Gora, turizam

ANALYSIS OF OBJECTIVE INDICATORS OF TOURISM DEVELOPMENT IN MONTENEGRO

Abstract

The goal of analysis of objective indicators of tourist development of municipalities in Montenegro is reflected in a better and more detailed understanding of the potential impact of tourism. This paper treats concrete analyses relating to the development of tourism in certain municipalities of Montenegro. Municipalities that have been analyzed are those municipalities that predominantly develop tourism, then those municipalities where tourism is a secondary activity, as well as those municipalities where tourism is not recognized as a chance for local development. Objective indicators taken into account and obtained using official statistical sources are: (1) the number of tourists compared to the number of inhabitants; (2) number of beds compared to the number of inhabitants; (3) the average length of stay of tourists; (4) capacity utilization (measured by the number of days at the annual level); (5) the number of employees in tourism sector (expressed in relation to total number of employees). From the results obtained by this kind of analysis, the author expected to receive an answer to the question of whether the development of tourism in Montenegro should be reconsidered.

Keywords: Development of tourism, The impact of tourism, Montenegro, Tourism

Uvod

Turizam u Crnoj Gori predstavlja osnov za prosperitet i blagostanje države. Sa geografskim položajem i resursima koje poseduje, ova relativno mala država permanentno unapređuje svoju turističku ponudu, težeći tako što boljem pozicioniranju na međunarodnom tržištu. Jasno je već na početku da joj je u tom naporu veoma teško da se izbori sa sve jačom konkurencijom okolnih zemalja, ali i zemalja Sredozemlja te joj je u tom kontekstu potrebna sinergija svih turističkih činilaca, kao i umrežavanje sa regionalnim partnerima zarad veće prepoznatljivosti (Jegdić i dr., 2016). Odavno je postalo jasno da posedovanje različitih atraktivnosti na destinaciji ne garantuje i siguran uspeh u turizmu, te je stoga veoma važno jasno definisati pravac razvoja i unapređenja turizma jedne države (Milošević, 2014). Prirodni uslovi, koje Crna Gora nesumnjivo poseduje, predstavljaju glavni faktor koji privlači turiste, te je, na osnovu toga, ova država i započela svoj turistički razvoj, a i danas se u velikoj meri oslanja na privlačnost prirodnih motiva. Ubrzo se zapazilo da turizam baziran samo na prirodnim atraktivnostima, koliko god one bile kvalitetne, ne donosi onakve efekte kakvi se postižu tamo gde pored prirodnih uslova turiste privlače i neki drugi faktori. U novije vreme, kada su se počele sagledavati sve prednosti turizma, a posebno ekonomske, počelo se razmišljati i o iskorišćavanju mnogih drugih zanimljivosti i privlačnosti, naročito kulturne atraktivnosti, čime se povećavao priliv turista (Milošević, 2014). Crna Gora je tako u svoju ponudu počela uključivati i ostale motive turističke privlačnosti, paralelno radeći na poboljšanju usluga, proizvoda i gostoprimstva. Turistička kretanja u Crnoj Gori vezuju se za tri, geografski različita, područja, a to su primorje, središnji deo i planinski deo. U strateškim dokumentima koji tretiraju turizam u Crnoj Gori, ovi prostori definisani su kao tri regije (Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, 2007; Ministarstvo održivog razvoja i turizma, 2014). Ono što karakteriše ove regije je krajnja različitost atrakcija koja doprinosi razvoju brojnih oblika turizma (Dašić & Jovičić, 2011).

Metodološki okvir istraživanja

Turizam, kao sveobuhvatna delatnost, predstavlja jednu od najdinamičnijih i najperspektivnijih delatnosti u ukupnoj ekonomiji Crne Gore. Ukoliko se uspešno planira njegov razvoj, to može doprineti značajnom stvaranju prihoda i obezbediti zaposlenje značajnom delu crnogorske populacije. Ovakvo shvatanje turizma i njegovog značaja u generisanju zaposlenosti i povećanju standarda stanovništva čini da on bude prepoznat kao prioritetna razvojna grana Crne Gore. Trend crnogorske ekonomije zavisi, u velikoj meri, od trenda u sektoru turizma (usluge smeštaja i ishrane) te je neophodno kontinuirano raditi na obezbeđivanju kvalitetnih i međunarodno uporedivih podataka, odnosno informacija koje bi bile osnova za donošenje kvalitetnih razvojnih odluka (Milošević, Penezić, Mišković, Škrbić, & Katić, 2016).

Analiza uticaja turizma u Crnoj Gori rađena je na bazi zvaničnih statističkih podataka koje svake godine objavljuje Zavod za statistiku Crne Gore (Monstat), zatim prema izveštajima Svetske turističke organizacije (UNWTO), kao i prema zvaničnim dokumentima Svetskog Saveta za turizam i putovanja (WTTC). Takođe, u analizi su korišćeni materijali Svetskog ekonomskog foruma (WEF) koji redovno izveštava o kompetitivnosti država u sektoru turizma i putovanja, kao i izveštaji Centralne crnogorske banke i drugi dokumenti predloženi od strane Ministarstva održivog razvoja i turizma Crne Gore. Uticaj turizma u Crnoj Gori analiziran je kroz njegov značaj za privredni razvoj; kroz ostvareni turistički promet; kroz analizu smeštajnih kapaciteta i putem pozicije turizma u održivom razvoju zemlje, kroz osvrt na usvojena strateška dokumenta i zakone. Metode koje su korišćene u ovom radu odnose se na bibliografsko-spekulativnu metodu, kao i na funkcionalnu analizu i sintezu.

Rezultati istraživanja

Uticaj turizma na privredni razvoj Crne Gore

Značaj turizma za privredni razvoj Crne Gore biće analiziran kroz direktni i indirektni uticaj turizma na bruto domaći proizvod i kroz njegov uticaj na zaposlenost. Uticaj turizma na privredni razvoj ogleda se u podacima koji su

ostvareni u sektorima hotelijerstva i restoraterstva. Ova dva sektora poslužila su za prikupljanje informacija koje će se koristiti prilikom analize direktnog uticaja turizma na BDP. Crna Gora je, u izveštaju Saveta za putovanje i turizam u 2014. godini, rangirana na 141. mestu po veličini (od 184 zemlje), zatim na 34. mestu prema visini doprinosa nacionalnoj ekonomiji, na 7. mestu prema prognozi rasta u 2015. godini i na 3. mestu prema dugoročnoj prognozi rasta, za period 2015–2025. godine.

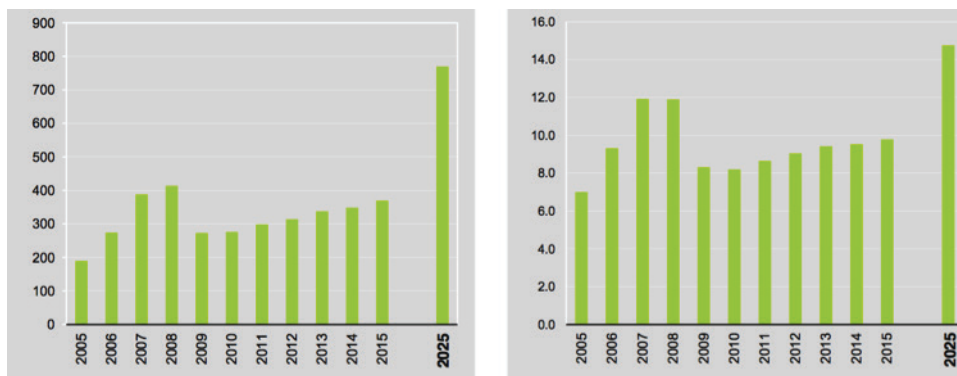
Prema zvaničnim podacima, koji se mogu pronaći u izveštajima Svetskog saveta za turizam i putovanja (WTTC), primećuje se da turizam u Crnoj Gori iz godine u godinu zauzima sve značajnije mesto u ukupnom ekonomskom razvoju. Turizam u Crnoj Gori generiše, direktno i indirektno, 733,2 miliona evra ili 20% BDP-a za 2014. godinu (Tabela 1). Direktni doprinos turizma BDP-u u 2014. godini procenjen je na 348,4 miliona evra, što ujedno čini 9,5% ukupnog BDP-a. Procenjuje se da će se trend rasta nastaviti i u 2015. godini, te da će on

iznositi 396,3 miliona evra, odnosno da će se zabeležiti rast od 6%. Kada je u pitanju ukupni doprinos (direktni i indirektni), predviđanja govore da će u 2015. godini on iznositi 791,3 miliona evra, tj. da će beležiti rast od 7,9%. Indirektno učešće turizma znatno je veće, iako se procenat učešća samo nagađa. Ukoliko se uporedi procenat rasta direktnih i indirektnih uticaja turizma na BDP u Crnoj Gori sa svetskim prognozama koje iznose, za 2015. godinu, 3,7%, uviđa se da je predviđeni procenat rasta uticaja turizma u Crnoj Gori daleko iznad svetskog proseka. Procenjuje se da će ovaj broj rasti, te se u 2025. godini očekuje da on bude zastupljen preko 14% (Grafikon 1). Na osnovu prethodno navedenih rezultata može se zaključiti da je doprinos turizma rastu BDP-a, kako direktni tako i ukupni, u prethodnim godinama bio značajan. Očekuje se dalji porast analiziranih parametara, pogotovo ukoliko se uzme u obzir trend rasta turističke potražnje na globalnom nivou.

Tabela 1. Prikaz učešća sektora turizam (hoteli i restorani) u BDP-u za 2001, 2004, 2009. i 2014. godinu.

	2001.	2004.	2009.	2014.
Turizam (hoteli i restorani) – BDP	1.669.783	49.424	152.077	348,4
Učešće u BDP-u u %	2,2	3,0	5,1	9,5

(Izvor: Đuranović & Radunović, 2015)



Grafikon 1. Prikaz učešća sektora turizam (hoteli i restorani) u BDP-u, kao i prikaz učešća sektora turizam (hoteli i restorani) u BDP-u u procentima.

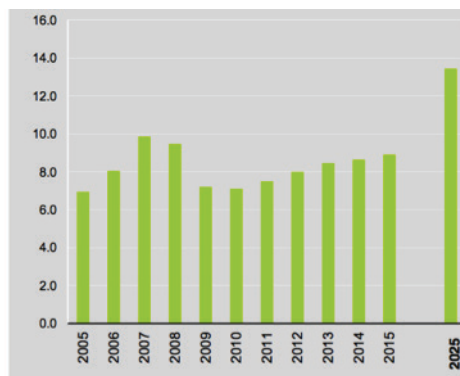
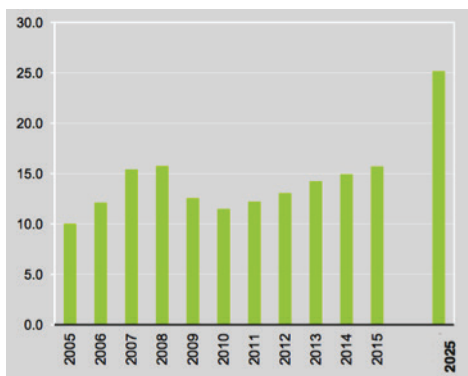
(Izvor: World Travel and Tourism Council, 2015)

Značaj turizma ogleda se u njegovoj funkciji prilikom generisanja novih radnih mesta. Podaci koji ističu uticaj turizma u oblasti zapošljavanja prikazani su u okviru osnovnog sektora turizma (hoteli i restorani), ali i u okviru ostalih pratećih delatnosti. Svetski savet za putovanje i turizam procenjuje da zaposlenost koju direktno generiše turizam u 2014. godini u Crnoj Gori iznosi 15.000 ili 8,6% ukupne zaposlenosti. Turizam i indirektno

generiše zapošljavanje u drugim privrednim granama i to u iznosu od 32.000 radnih mesta, što predstavlja 19,4% ukupne zaposlenosti. Prema istom izvoru, predviđa se da će u 2015. godini direktni uticaj turizma u ukupnoj zaposlenosti porasti za 5,1% i dospeti do brojke od 15.500, što će u procentima iznositi 8,9% ukupne zaposlenosti na teritoriji Crne Gore. Kada je u pitanju indirektni, odnosno ukupni uticaj turizma na zaposlenost, taj broj je daleko

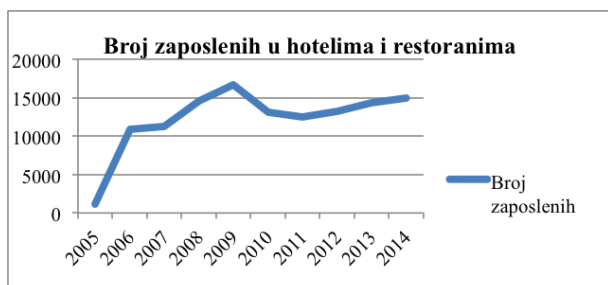
veći i iznosi 34.000 zaposlenih, što čini rast od 6,9% u odnosu na 2014. godinu. Procenjuje se da će ovaj broj

rasti, te se u 2025. godini očekuje da bude zastupljen sa skoro 14% (Grafikon 2).



Grafikon 2. Prikaz učešća sektora turizam (hoteli i restorani) u ukupnoj zaposlenosti, kao i prikaz učešća sektora turizam (hoteli i restorani) u ukupnoj zaposlenosti u procentima. (Izvor: World Travel and Tourism Council, 2015)

Kao što se može videti na Grafikonu 3, trend zapošljavanja u sektoru hotelijerstva i restoraterstva u Crnoj Gori u periodu od 2005. do 2014. pokazuje znatan rast do 2009. godine, od kada počinje rapidan pad izazvan svetskom ekonomskom krizom. Od 2011. godine, broj zaposlenih u ovim sektorima počinje da raste ujednačenim trendom.



Grafikon 3. Prikaz broja zaposlenih u hotelima i restoranima, 2005–2014. (Izvor: Đuranović & Radunović, 2015)

Tokom svog razvoja, turizam pruža značajne mogućnosti za direktno zapošljavanje. Ono što je karakteristično prilikom zapošljavanja u ovoj oblasti, je mogućnost zapošljavanja ljudi različitog stepena stručnosti i obrazovanja. Na osnovu dosadašnjih iskustava na primeru Crne Gore, evidentna je sve veća potreba za dobro pripremljenim i edukovanim kadrom, koji će razvoju doprineti na svim nivoima, počev od stručnog, pa do visokokvalifikovanog kadra.

Tabela 2. Komparacija crnogorske turističke konkurentnosti u regionu

Zemlja	Globalni indeks turističke konkurentnosti 2015.
Grčka	4,36
Hrvatska	4,30
Bugarska	4,05
Turska	4,08
Srbija	3,34
Albanija	3,22
Crna Gora	3,75

(Izvor: The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2015)

Svetski ekonomski forum (WEF, 2015) rangira konkurentnost crnogorskog turizma u svom izveštaju iz 2015. godine na 67. mesto u svetu (od 141 zemlje), odnosno na 33. mesto u Evropi (od 37 zemalja). Indeks turističke konkurentnosti iznosi 3,75 i ovako ostvarena niska vrednost indeksa rezultat je brojnih slabih tačaka u razvoju turizma. Analizom ovog indeksa, njegovih glavnih stubova, kao i subindeksa, uočavaju se kritični aspekti crnogorske konkurentnosti, ali i njegove prednosti. Ono što čini crnogorski turizam konkurentnim ogleda se u davanju prioriteta turističkoj privredi u odnosu na ostale, zatim kroz konkurentnost cena i kroz turističku infrastrukturu, dok su, sa druge strane, nedostaci najočigledniji u stavkama poput kulturnih resursa, poslovnih putovanja, kao i međunarodne otvorenosti.

Turistički promet u Crnoj Gori

Tokom 2014. godine Crnu Goru je posetilo 1.517.376 turista, što je prema zvaničnim podacima Zavoda za statistiku 1,7% više nego u 2013. godini (Monstat, 2014:3). Iste godine ostvareno je 9.553.783 noćenja, što je za 1,5% više nego prethodne godine. Kada je u pitanju struktura gostiju, strani turisti ostvarili

su 90% od ukupnog broja noćenja, dok su domaći turisti učestvovali sa svega 10%. Međutim, kako bi ova analiza bila kompletna, u obzir će se uzeti dolasci, kao i ostvarena noćenja (stranih i domaćih) turista za period od 2005. do 2014. godine. Period od 2005. godine uzet je ciljano jer je želja autora bila da se prikaže period pre 2007. godine, kada je Crna Gora stekla nezavisnost i kada je usledila reklasifikacija turista koji su dolazili iz Srbije.

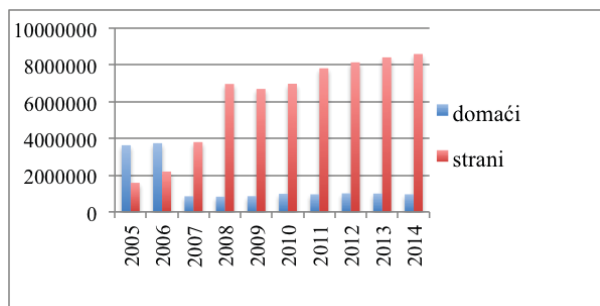
Tabela 3. Dolasci i noćenja turista 2005–2014.

	Dolasci turista			Noćenja turista		
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
2005.	820.457	548.452	272.005	5.211.847	3.628.337	1.583.510
2006.	953.928	548.452	377.798	5.936.270	3.740.179	2.196.091
2007.	1.133.432	149.294	594.710	7.294.530	851.045	3.799.173
2008.	1.188.116	156.904	1.031.212	7.794.741	828.462	6.966.279
2009.	1.207.694	163.680	1.044.014	7.552.006	856.332	6.695.674
2010.	1.262.985	175.191	1.087.794	7.964.893	987.033	6.977.860
2011.	1.373.454	172.355	1.201.099	8.775.171	956.368	7.818.803
2012.	1.439.500	175.337	1.264.163	9.151.236	1.008.229	8.143.007
2013.	1.492.006	167.603	1.324.403	9.411.943	997.728	8.414.215
2014.	1.517.376	167.079	1.350.297	9.553.783	957.127	8.596.656

(Izvor: Zavod za statistiku Crne Gore, 2015)

Iz Tabele 3 uočava se da je, kada je u pitanju dolazak turista u Crnu Goru, njihov broj iz godine u godinu rastao, i zanimljivo je primetiti da u godinama globalne krize (2009, 2010, 2011.) taj broj nije opadao, već naprotiv, rastao je. Razlika koja je vidljiva u broju dolazaka turista odnosi se na raspored u broju domaćih i stranih turista, koji je doživeo preraspodelu, iz već navedenih razlika, od 2007. godine otkada su državljani Republike Srbije posmatrani kao strani posetitelji. Dominantnu ulogu u ostvarenju ukupnog broja dolazaka imaju strani turisti, dok su domaći zastupljeni u mnogo manjem broju. Takođe, broj turista koji su posećivali Crnu Goru u poslednjih pet godina rastao je u proseku od 1,5 do 2,5%. Kada su u pitanju ostvarena noćenja u analiziranom periodu, primećuje se da je najveći porast usledio 2007. godine, u odnosu na prethodnu godinu. Može se reći da je ukupan broj noćenja imao tendenciju rasta, pri čemu je došlo do smanjenja ukupnog broja noćenja u 2009. godini. Interesantno je primetiti da je iste godine broj turista bio veći u odnosu na 2008. godinu, što dovodi do zaključka da su turisti u toj godini

u proseku kraće boravili na destinaciji. Na Grafikonu 4 prikazana je raspodela noćenja u posmatranom periodu gde je vidna dominacija noćenja stranih turista u odnosu na domaće, nakon 2006. godine, odnosno nakon sticanja nezavisnosti Republike. Taj broj je vremenom rastao, sa izuzetkom 2009. godine.

**Grafikon 4.** Raspodela noćenja između domaćih i stranih turista, 2005–2014.

(Izvor: Zavod za statistiku Crne Gore, 2015)

Ono što je do sada prepoznato kao najslabija tačka crnogorskog turizma, jeste upravo velika koncentracija turista u relativno kratkom periodu godine. Kao i u

prethodnim godinama, najveća poseta, pa samim tim i najveći broj ostvarenih noćenja, realizovana je tokom letnjih meseci, posebno tokom jula i avgusta. Procenjuje se da je taj broj blizu 70% ostvarenih dolazaka i noćenja od ukupnog ostvarenog broja u 2014. godini. Još jedan podatak ukazuje na to da je najveći broj ostvarenih noćenja i dolazaka realizovan u primorskim mestima, čak 90%, dok je ostalih 10% raspoređeno na planinska mesta, glavni grad i ostala turistička i neturistička mesta (Grafikon 5).

Kada se analizira promet po opštinama, opština Budva prednjači u odnosu na sve ostale, ostvarivši promet od gotovo 50% svih dolazaka na teritoriji Crne Gore, dok, kada su u pitanju noćenja, učestvuje sa veoma

značajnim udelom od 48,9% (Tabela 4). Nakon opštine Budve, slede opštine Herceg Novi, (učešće u prometu od oko 14% i noćenjem od 17%), zatim opština Bar (učešće od 10%, odnosno 12% za ostvarena noćenja). Glavni grad u prometu učestvuje sa svega 4,6% ukupnih dolazaka i 1,7% ostvarenih noćenja. Planinska mesta, posebno opštine Žabljak i Kolašin, imaju takođe veoma mali udeo u ukupnom prometu. Tako, opština Žabljak učestvuje sa 1,3%, odnosno 0,5% kada su u pitanju noćenja, dok opština Kolašin beleži još manji procenat, sa učešćem od 0,4% (noćenja) i 1,3% (dolasci turista). Ostala turistička i neturistička mesta imaju neznatan udeo u ukupnom ostvarenom prometu i noćenju turista koji se kreće od 0,4% do 0,1% ukupnih ostvarenih dolazaka i noćenja.

Tabela 4. Dolasci i noćenja turista po opštinama, 2012–2014.

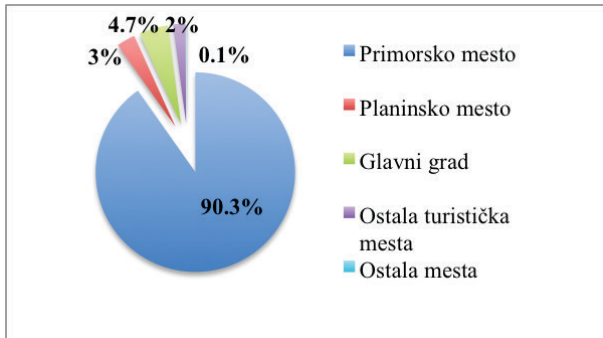
	Dolasci turista ukupno			Noćenja turista ukupno		
	2014.	2013.	2012.	2014.	2013.	2012.
Andrijevića	440	238	496	488	404	595
Bar	157.358	154.171	155.770	1.219.843	1.258.500	1.226.010
Berane	2.036	1.216	2.210	2.819	2.855	2.917
Bijelo Polje	4.193	1.538	3.739	7.669	3.962	9.609
Budva	754.567	668.931	691.651	4.670.126	4.468.913	4.198.773
Cetinje	13.301	6.559	10.937	39.347	29.374	34.889
Danilovgrad	1.359	1.393	1.927	2.156	2.918	3.961
H. Novi	214.659	173.337	229.063	1.635.874	1.703.823	1.817.434
Kolašin	19.128	18.026	21.702	39.339	46.412	42.848
Kotor	58.512	54.241	56.051	287.312	293.755	303.900
Mojkovac	1.521	1.691	2.803	1.841	2.884	3.982
Nikšić	5.481	5.092	8.139	10.524	9.887	18.279
Plav	1.909	1.422	1.649	2.893	3.381	2.122
Pljevlja	3.948	1.821	3.208	12.954	8.461	6.674
Plužine	2.904	1.106	1.913	3.505	2.306	3.465
Podgorica	70.692	59.017	52.889	128.115	116.532	102.875
Rožaje	1.311	875	1.643	3.009	3.876	5.444
Tivat	45.577	39.961	44.045	439.026	392.925	389.812
Ulcinj	139.102	118.037	124.562	1.005.836	1.009.606	921.949
Žabljak	19.378	15.731	25.100	41.107	51.169	55.698

(Izvor: Analiza autora na osnovu dokumenata, Zavod za statistiku Crne Gore, 2015; 2014; 2013)

Najveće učešće u ukupno ostvarenom turističkom prometu i noćenjima stranih turista, prikazano procentualno, imaju Rusija, Srbija, Bosna i Hercegovina,

i Ukrajina, koje su ostvarile preko 70% ukupnih noćenja (Grafikon 6). Povećanje broja noćenja zemalja sa najvećim učešćem zabeleženo je kod Belorusije (80,9%),

Francuske (16,4%), Rusije (8,6%) i Ukrajine (8,1%), dok je sa tržišta Srbije i Bosne i Hercegovine realizovano manje noćenja za 2,2%, odnosno 2,1% zbog elementarnih nepogoda (poplava) koje su zadesile ova područja tokom maja 2014. godine (Ministarstvo održivog razvoja i turizma, 2014).

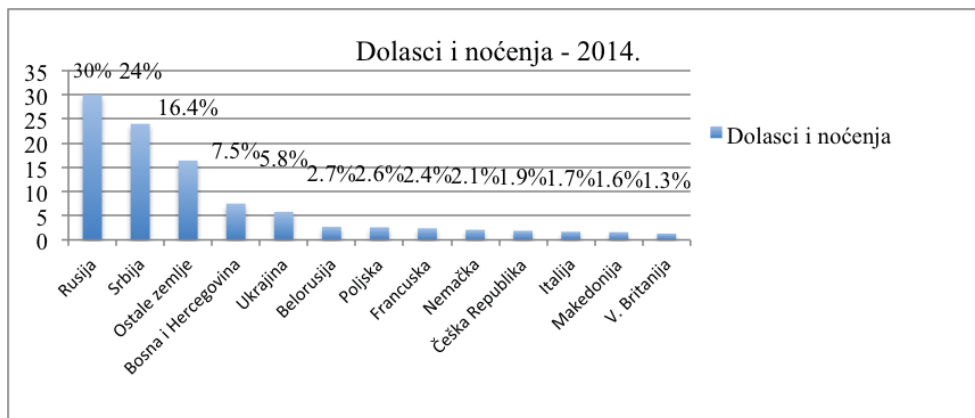


Grafikon 5. Raspodela dolazaka turista prema vrstama turističkim mesta.

(Izvor: Zavod za statistiku Crne Gore, 2015)

Ovakvi rezultati navode na zaključak da su kritične tačke u dosadašnjoj analizi projektovane kroz veoma izraženu sezonsku koncentraciju, pogotovo u julu i avgustu, zatim kroz veoma izraženu dominaciju

primorskih mesta u odnosu na ostale, kao i kroz ogromno učešće jedne opštine – Budva, koja je u turističkom prometu, merenom kroz dolazak i noćenje turista, zastupljena sa gotovo 50%. Ovakva raspodela podataka, svakako ne odražava poželjno stanje u turističkoj privredi Crne Gore, te se u narednom periodu, kroz razvoj drugih područja, mora uticati na preraspodelu i povećano učešće drugih regiona i opština u turističkom prometu. Cilj je da broj turista iz godine u godinu raste, kao i da se povećava broj noćenja turista i da se mnogo više prihoduje od turizma. Međutim, ukoliko ne dođe do aktiviranja drugih, potencijalnih, resursa koje poseduju opštine sa neznatnim ulogom u prometu, rizikuje se da se ugroze ona mesta koja imaju dominantnu ulogu u ostvarivanju ovakvih rezultata, što će imati za posledicu mnoge negativne uticaje, kako na privredu uopšte, tako i na lokalno stanovništvo, na njihov način života, zatim na prirodne i kulturne resurse, ali i na postojeću infrastrukturu koja u glavnim mesecima sezone opterećena u daleko većoj meri od granice nosećeg kapaciteta. Takođe, promene u raspodeli turističkog prometa uticale bi na ubrzan razvoj opština koje do sada nisu imale značajnijih rezultata u turističkim aktivnostima. Taj uticaj ogledao bi se u



Grafikon 6. Ostvareni turistički promet stranih turista za period 2014. godine, izražen u procentima.

(Izvor: Zavod za statistiku Crne Gore, 2015)

smanjenju odliva stanovništva, kroz nova radna mesta, kao i kroz povećanje životnog standarda u celini.

Analiza smeštajnih kapaciteta

Analiza smeštajnih kapaciteta na teritoriji Crne Gore doprineće jasnijem sagledavanju prilika turističkog poslovanja i uspešnosti u istom. Objekti za smeštaj imaju poseban značaj u turizmu jer od raspoloživih kapaciteta

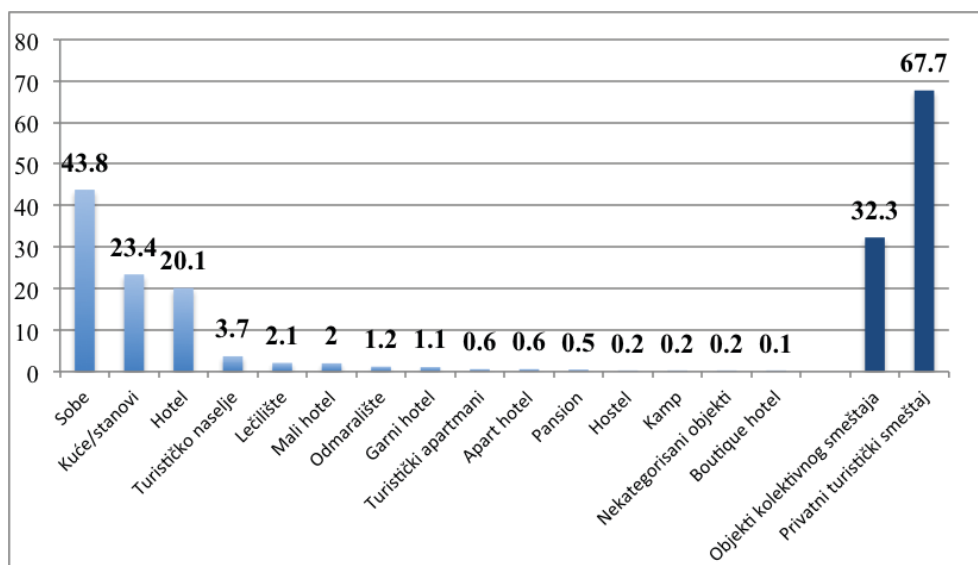
zavisi obim turističkog prometa, a od njihovog kvaliteta ekonomski učinak (Tomka, 2012). Ova analiza smeštajnih kapaciteta obuhvatiće broj, vrstu i kategoriju objekata za smeštaj u Crnoj Gori, i biće dat prikaz učešća raspoloživih objekata za smeštaj u ukupnom ostvarenom broju noćenja u 2014. godini.

Objekti za smeštaj u Crnoj Gori podeljeni su u dve kategorije. U prvu se ubrajaju objekti kolektivnog smeštaja: hoteli, apart hoteli, pansioni, moteli, turistička

naselja, turistički apartmani, gostionice, lečilišta, radnička odmarališta, omladinska i dečja odmarališta, kampovi i prenoćišta. Drugoj kategoriji pripadaju objekti individualnog, odnosno privatnog turističkog smeštaja i tu se ubrajaju: sobe, kuće/stanovi i apartmani. Ukupan broj objekata kolektivnog smeštaja iznosi 333 objekta u 2013. godini, što je za 25 objekata više nego u 2010. godini kada je taj broj iznosio 308 objekata za smeštaj. Ovo povećanje se u najvećem delu odnosi na objekte hotelskog tipa koji su ujedno i najbrojniji iz ove kategorije smeštaja (225 hotela). Kada je u pitanju broj objekata individualnog smeštaja, on je izražen isključivo u broju smeštajnih jedinica (soba, studio i apartman) i broju kreveta. Ukupan broj smeštajnih jedinica (soba), u obe kategorije smeštaja, u 2013. godini iznosio je 67.078, dok je broj kreveta procenjen na 163.149. Kada su u pitanju hoteli, najviše su zastupljeni hoteli sa tri zvezdice (104), dok je najmanji broj hotela sa pet zvezdica (svega 6). Takođe, smeštajne jedinice iz kategorije privatnog smeštaja sa tri zvezdice dominiraju u ukupnom skor

svih raspoloživih soba, sa naglaskom na činjenici da je u ovoj kategoriji smeštajna jedinica sa četiri zvezdice krajnji domet. Takođe, ne treba posebno naglašavati činjenicu da se najveći broj objekata za smeštaj nalazi u primorskom delu Crne Gore, što govore i podaci o zauzetosti istih u toku letnje sezone (90%). Međutim, ukoliko se želi raditi na ravnomernom razvoju svih regiona, potrebno je uložiti mnogo više napora kako bi i u ostalim delovima Crne Gore broj objekata za smeštaj bio zastupljen u odgovarajućem broju. Ovako, najveći broj, a samim tim i uticaj na privredu, ostvaruje se iz smeštajnih objekata stacioniranih na primorju. Ovaj podatak nikako ne ohrabruje jer se u najvećem delu odnosi na objekte čiji je karakter poslovanja sezonski. Svakako, velika šansa Crne Gore je upravo u aktiviranju i investiranju u objekte za smeštaj na teritorijama koje su turistički vrlo malo aktivne.

U 2014. godini, ukupan broj ostvarenih noćenja bio je mnogo veći u privatnom smeštaju (sobe, kuće i apartmani) u odnosu na kolektivni smeštaj (hoteli, apart



Grafikon 7. Struktura noćenja prema vrsti turističkog objekta u 2014. godini
(Izvor: Zavod za statistiku Crne Gore, 2015)

hoteli i dr.) i činio je 67,7% ukupnih ostvarenih noćenja u Crnoj Gori (Grafikon 7). Kada je u pitanju kolektivni smeštaj, u hotelima je ostvaren najveći procenat noćenja (20,1%), dok je procenat ostvarenih noćenja u ostalim oblicima iz ove grupe objekata bio mnogo manji. Takođe, kada su u pitanju inostrani gosti, situacija je veoma slična. Najveći broj njih odseo je upravo u privatnim turističkim objektima.

Ovakva raspodela ostvarenih noćenja ne treba da čudi, s obzirom na globalni trend u kojem je udeo porodičnog poslovanja u turizmu, posebno u domenu pružanja usluga smeštaja, sve značajniji. Brojne istorijske činjenice govore u prilog tome da postoji duga tradicija ugošćavanja ljudi u vlastitim domovima. Danas, kada je turizam svetski fenomen, ova praksa se nastavlja, naravno, u bitno izmenjenim okolnostima i ne više iz altruističkih

motiva, već u cilju sticanja ekonomske koristi domaćina. Tako smo svedoci da je porodično poslovanje jedan od najznačajnijih generatora bogatstva i zaposlenosti u svetskoj privredi (Penezić, 2008). Mnoge porodice prepoznale su šansu upravo u investiranju u porodične kuće koje bi bile specijalizovane za smeštaj turista. Ubrzo su shvatile da nije dovoljno samo kvalitetno opremiti objekat, već je za kompletno zadovoljstvo savremenih, zahtevnih, turista potrebno ulagati mnogo više od toga. Ono što izdvaja ovakve objekte od drugih je činjenica da gosti dele prostor sa porodicom, te da je upravo ta povezanost i „kućna atmosfera“ značajan element privlačnosti ovakvog oblika smeštaja (Petrić & Mimica, 2011). Praksa iznajmljivanja smeštaja u privatnim objektima za stanovanje i domaćinstvima poznata je u Republici Crnoj Gori već dugi niz decenija. Štaviše, reč je o brojčano nadmoćnom obliku smeštaja u odnosu na sve ostale vrste. Ono što je svim tipovima smeštaja u ovoj kategoriji zajedničko, jesu male dimenzije. Dalje, u situaciji nedostajućih investicija u delatnosti turizma i ugostiteljstva u zemljama u razvoju, otvaranje ovakvih kapaciteta čini se veoma prikladnom razvojnom opcijom, koja uveliko amortizuje i loše socijalne prilike lokalnog stanovništva.

Analiza objektivnih pokazatelja razvijenosti pojedinih opština Crne Gore u oblasti turizma

Cilj analize objektivnih pokazatelja turističke razvijenosti opština u Crnoj Gori ogleda se u boljem i detaljnijem razumevanju potencijalne snage turizma. Kako je bilo više reči o ukupnoj turističkoj razvijenosti Crne Gore, u ovom delu biće obrađene konkretne analize koje se odnose na razvijenost turizma u pojedinim opštinama. Opštine koje su uzete u obzir prilikom analize su one opštine koje dominantno razvijaju turizam, zatim one opštine u kojima je turizam sekundarna delatnost, kao i one opštine u kojima turizam nije prepoznat kao šansa za ukupni lokalni razvoj. To su sledeće opštine: Bar, Bijelo Polje, Budva, Cetinje, Danilovgrad, Kolašin, Kotor, Nikšić, Pljevlja, Podgorica, Tivat i Ulcinj. Za rangiranje opština po pomenutom principu ključni su bili podaci o razvijenosti turizma koji su prikupljeni na osnovu dokumenata Zavoda za statistiku Republike Crne Gore. Korišćeni rezultati preuzeti su iz izveštaja

Republičkog zavoda za statistiku Crne Gore i odnose se na 2014. godinu. Objektivni pokazatelji, koji su uzeti u razmatranje, a do kojih se došlo korišćenjem zvaničnih statističkih izvora, su: (1) broj turista u odnosu na broj stanovnika; (2) broj kreveta u odnosu na broj stanovnika; (3) prosečan boravak turista (meren brojem dana); (4) iskorišćenost kapaciteta (meren brojem dana na godišnjem nivou); (5) broj zaposlenih u turizmu (iskazan u odnosu na broj ukupno zaposlenih).

Tabela 6 pokazuje zvanične podatke preuzete iz izveštaja Republičkog zavoda za statistiku Crne Gore (2014) o broju stanovnika, broju turista i ostvarenih noćenja, ukupnom broju raspoloživih kreveta, broju zaposlenih i broju zaposlenih u sektoru turizma. Od 621.810 stanovnika Crne Gore, njih 175.171 su zaposleni, od čega 11.624 u sektoru turizma. Izraženo u procentima, od ukupnog broja zaposlenih 6,6% radi u sektoru turizma ili: na 100 zaposlenih njih 6 rade u sektoru turizma. Najveći broj zaposlenih u sektoru turizma dolazi sa najvećeg tržišta koji zapošljava, Podgorice (2.701), zatim iz Budve (1.801), Bara (911) i Nikšića (823). Budva ujedno ima i najbolji procenat zaposlenih u sektoru turizma (23,6%), odnosno na ukupno 100 zaposlenih 23 radi u sektoru turizma, Ulcinj je na drugom mestu po broju zaposlenih u sektoru turizma (14%), zatim Kolašin (11,5%) i Tivat (10,2%). Kada je u pitanju broj raspoloživih kreveta, Crna Gora ima 159.347 ukupno registrovanih kreveta (Tabela 7), sa ukupno 320 registrovanih objekata za smeštaj. Naravno, ova analiza tretira samo registrovani smeštaj, iako se sumnja da postoji veliki broj neregistrovanih smeštajnih objekata, pogotovo u primorskom i planinskom delu Republike. Kako se i pretpostavlja, Budva ima najveći broj registrovanih objekata za smeštaj (89) pa samim tim i kreveta (56.422), slede je Herceg Novi sa 35 registrovanih objekata za smeštaj i 32.782 registrovana kreveta, zatim Ulcinj (25 – 25.744), Bar (32 – 18.320) i Kotor (31 – 11.848).

U Tabeli 8 dat je prikaz rezultata broja turista u odnosu na broj stanovnika, zatim broja kreveta u odnosu na broj stanovnika, prosečan boravak turista po opštinama, iskorišćenost kapaciteta meren brojem dana i izražen u procentima i broj zaposlenih u sektoru turizma u odnosu na broj ukupno zaposlenih. Rezultati pokazuju da na nacionalnom nivou dolazi 2,44 turista na jednog stanovnika, dok, kada je u pitanju broj kreveta, na jednog

Tabela 6. Kvantitativni podaci o stanovništvu i turistima u Crnoj Gori

OPŠTINA	Broj stanovnika	Broj turista	Broj ostvarenih noćenja	Broj kreveta	Broj zaposlenih	Broj zaposlenih u turizmu
Crna Gora	621.810	1.517.376	9.553.783	159.347	175.171	11.624
Bar	43.076	157.358	1.219.843	18.320	12.842	911
Bijelo Polje	44.958	4.193	7.669	275	9.337	407
Budva	19.837	754.567	4.670.126	56.422	7.630	1.801
Cetinje	16.172	13.301	39.347	666	4.840	379
Danilovgrad	18.433	1.359	2.156	35	5.472	205
Kolašin	7.954	19.128	39.339	458	2.237	259
Kotor	22.618	58.512	287.312	11.848	7.572	583
Nikšić	71.846	5.481	10.524	206	19.033	823
Pljevlja	29.487	3.948	12.954	374	8.025	305
Podgorica	192.225	70.692	128.115	2.177	61.526	2.701
Tivat	14.286	45.577	439.026	7.128	4.710	485
Ulcinj	20.073	139.102	1.005.836	25.744	4.848	680

(Izvor: Republički zavod za statistiku Crne Gore, 2014)

Tabela 7. Ukupan broj registrovanih objekata za smeštaj u 2014. godini, po opštinama

OPŠTINA	Broj ugostiteljskih objekata za smeštaj	Broj soba	Broj kreveta
Crna Gora	320	66.071	159.347
Andrijevica	2	54	141
Bar	32	3.091	18.320
Berane	4	43	90
Bijelo Polje	6	132	275
Budva	83	24.515	56.422
Cetinje	4	241	666
Danilovgrad	1	16	35
H. Novi	35	15.951	32.782
Kolašin	7	194	458
Kotor	31	4.854	11.848
Mojkovac	3	40	78
Nikšić	6	75	206
Plav	2	58	154
Pljevlja	7	182	374
Plužine	2	309	646
Podgorica	35	1.018	2.177
Rožaje	2	93	175
Tivat	19	2.925	7.128
Ulcinj	25	11.670	25.744
Žabljak	12	610	1.628

(Izvor: Republički zavod za statistiku Crne Gore, 2014)

stanovnika dolazi 0,25 kreveta. Prosečan boravak turista u Crnoj Gori iznosi 6,3 dana, a ukupna iskorišćenost smeštajnih kapaciteta iznosi 59,8 dana ili 16,4%, što je daleko ispod preporučene kvote od 33% koju predlaže Program Ujedinjenih nacija za razvoj (Jegdić, 2011). Opština Budva ima najveći broj turista u odnosu

Tabela 8. Kvantitativni pokazatelji turističke razvijenosti po opštinama u Crnoj Gori

OPŠTINA	Broj turista u odnosu na broj stanovnika (izražen po jednom stanovniku)	Broj kreveta u odnosu na broj stanovnika (izražen po jednom stanovniku)	Prosečan boravak turista (meren brojem dana)	Iskorišćenost kapaciteta meren brojem dana (na godišnjem nivou)	Iskorišćenost kapaciteta u % (na godišnjem nivou)	Broj zaposlenih u turizmu u odnosu na broj ukupno zaposlenih
Crna Gora	2,44	0,25	6,3	59,8	16,4	0,06
Bar	3,65	0,42	7,7	66,4	18,2	0,07
Bijelo Polje	0,09	0,006	1,8	27,7	7,6	0,04
Budva	38,0	2,84	6,1	82,5	22,6	0,23
Cetinje	0,82	0,04	2,9	58,7	16,1	0,08
Danilovgrad	0,07	0,001	1,6	6,2	1,7	0,04
Kolašin	2,40	0,05	2,1	85,7	23,5	0,12
Kotor	2,58	0,52	4,9	24,1	6,6	0,08
Nikšić	0,07	0,002	1,9	50,7	13,9	0,04
Pljevlja	0,13	0,01	3,3	34,7	9,5	0,04
Podgorica	0,36	0,01	1,8	58,8	16,1	0,04
Tivat	3,19	0,49	9,6	61,7	16,9	0,10
Ulcinj	6,92	1,28	7,2	39,1	10,7	0,14

(Izvor: Milošević, 2016)

na broj stanovnika (38:1), a najveći broj njih prisutan je tokom letnjih meseci, pa je tada i uočen najveći pritisak od strane turista na lokalno stanovništvo. Sa druge strane, najmanji broj turista u odnosu na stanovništvo imaju Danilovgrad i Nikšić gde na jednog turistu dolazi nešto više od 14 stanovnika. Odnos broja kreveta i broja stanovnika čini se još nepovoljnijim. Jedine opštine koje imaju više kreveta nego broja stanovnika su opštine Budva i Ulcinj. Preporučuje se da u opštinama koje dominantno razvijaju turizam broj kreveta bude 1,5:1 u odnosu na broj stanovnika (Jegdić, 2011). I u ovom podatku se primećuje velika disproporcija u broju kreveta na jednog stanovnika (Danilovgrad – 0,001; Budva – 2,84). Prosečan boravak turista najveći je u Tivtu (9,6), a najmanji u Danilovgradu (1,6). Primećuje se da je prosek boravka turista najveći u primorskim mestima, što je i očekivano s obzirom na ponudu u destinacijama. Najveću iskorišćenost kapaciteta mereno brojem dana ima Kolašin (85,7 ili 23,5%), zatim Budva sa 82,5 dana ili

22,6%, dok je najmanja iskorišćenost u Danilovgradu – 6,2 dana, odnosno 1,7%. Sve opštine imaju nisku stopu iskorišćenosti smeštajnih kapaciteta (najviše 23,5%). Dakle, niti jedna opština ne zadovoljava pomenuti kriterijum od 33%.

Umesto zaključka

Kao „nova“ destinacija južnog Jadrana, Crna Gora s pravom može očekivati da u skorijoj budućnosti pobudi veće interesovanje i povećanu tražnju turista iz razvijenih zemalja. Na ovo ukazuje sve veći broj turista na globalnom nivou, ali i trend osvajanja i upoznavanja novih destinacija, kakvih je malo u Sredozemlju. Zbog ovakve tendencije, važno je iskoristiti šansu koja se nudi i pravilno i ravnomerno ulagati u sve regione. Buduće aktivnosti moraju biti usmerene na očuvanje prirodnih lepota Crne Gore, kako za građane, tako i za turiste, uz istovremeni razvoj visokokvalitetnih, autentičnih i

održivih turističkih proizvoda, zatim, razvoj savremenog i raznovrsnog turističkog smeštaja, kao i ulaganje u saobraćajnu i uslužnu infrastrukturu.

Poznato je da je turistička sezona u Crnoj Gori najizraženija u letnjim mesecima, a u poslednjih nekoliko godina i ova sezona sve kraće traje i svodi se na aktivni period u trajanju od 45 dana. Ovakvo odvijanje sezone ne pogoduje turističkim poslenicima, pogotovo ukoliko se ima za cilj da turizam postane glavna privredna grana Republike. Zbog toga, potrebno je raditi na stvaranju takvih proizvoda turističke delatnosti koji neće zavisiti od vremenskih prilika. S tim u vezi nužno je razvijati ponudu za čitavu godinu, koja će biti bazirana na razvoju sportskog turizma, zdravstvenog turizma, kongresnog turizma, kulturnog, verskog i ostalih (Ministarstvo održivog razvoja i turizma, 2014). Razvoj turizma u Crnoj Gori potrebno je podvrći preispitivanju. Rešenje za vidljive probleme mora se pronaći između granica i upotrebe, tako da neprekidno prilagođavanje, kontrola i planiranje garantuju uspešno vođenje turizma (Jegdić, 2011). Ovakav pristup zahteva dugoročno strategijsko promišljanje koje treba da dovede do readaptacije resursa u turizmu Crne Gore.

Turizam jeste jedan od prioriteta crnogorske ekonomije, kako zbog činjenice da Crna Gora raspolaže potrebnim resursima za razvoj turizma, tako i zbog činjenice da su njeni resursi i dalje relativno dobro očuvani. Na kraju, suština modernog turizma nije samo u lepoti prirode nego i u bogatstvu ponude, u načinu tretiranja gosta i u onom što mu se nudi i načinu na koji se nudi.

IZJAVA

Autor je svojom izjavom potvrdio nepostojanje bilo kakvog sukoba interesa.

LITERATURA

- Dašić, N., & Jovičić, D. (2011). Selektivni oblici turizma u Crnoj Gori. *Glasnik srpskog geografskog društva*, 91(1), 135–146.
- Đuranović, M., & Radunović, M. (2015). *Analiza efekata turizma na BDP, zaposlenost i platni bilans Crne Gore*. Centralna banka Crne Gore. Preuzeto 4. marta 2016. sa http://www.cb-mn.org/index.php?bl=pristup_informacijama
- Jegdić, V. (2011). *Turizam i održivi razvoj*. Novi Sad: Fakultet za sport i turizam.
- Jegdić, V., Tomka, D., Knežević, M., Koščak, M., Milošević, S., Škrbić, I., & Keča, K. (2016). Improving Tourist Offer Through Inter-Destination Cooperation in a Tourist Region. *International Journal of Regional Development*, 3(1), 31-49.
- Milošević, S. (2014). Činioci razvoja kulturnog turizma – studija slučaja Bar, Crna Gora. *Poslovna ekonomija*, 8(1), 259-280.
- Milošević, S., Penezić, N., Mišković, I., Škrbić, I., & Katić, I. (2016). The Significance of Tourists' Satisfaction at the Destinations. In Maškarin-Ribarić, H., & Smolčić, D.J. (Eds.) (2016). *Tourism and Hospitality Industry: Trends and Challenges* (pp. 33-34). Opatija: Faculty of Tourism and Hospitality Management.
- Milošević, S. (2016). *Uticaj socio-ekonomskih elemenata na vrednovanje turizma kao faktora meke moći*. Doktorski rad. Sremska Kamenica: Fakultet poslovne ekonomije
- Ministarstvo ekonomije, C. G. (2011). *Mapa resursa*. Podgorica: Ministarstvo ekonomije.
- Ministarstvo ekonomije, C. G. (2014). *Nacrt Strategije regionalnog razvoja Crne Gore 2014-2020*. Podgorica: Ministarstvo ekonomije.
- Ministarstvo održivog razvoja i turizma, C. G. (2014). *Informacije o kvalitativnim i kvantitativnim efektima ljetnje turističke sezone*. Podgorica: Ministarstvo održivog razvoja i turizma.
- Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, C. G. (2007). *Nacionalna strategija održivog razvoja*. Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, Vlada Republike Crna Gora.
- Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, C. G. (2007). *Strategija razvoja ljudskih resursa u sektoru turizma u Crnoj Gori*. Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, Vlada Republike Crne Gore.
- Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, C. G. (2008). *Strategija razvoja turizma Crne Gore - 2020. godine*. Podgorica: Ministarstvo održivog razvoja i turizma, Vlada Republike Crne Gore.
- Penezić, N. (2008). *Preduzetništvo - savremeni pristup*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Petrić, L., & Mimica, J. (2011). Smernice razvoja kapaciteta privatnog smeštaja kao značajnog segmenta ponude smeštaja. *Acta Turistica Nova*, 5(1), 1-42.
- Tomka, D. (2012). *Osnove turizma*. Novi Sad: Fakultet za sport i turizam.
- Travel and Tourism Economic Impact Montenegro (2015). *World Travel and Tourism Council*. Preuzeto 25. februara 2016. sa <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>
- Zavod za statistiku Crne Gore – Monstat (2015). *Dolasci i noćenja turista*. Preuzeto 1. marta 2016. sa <http://monstat.org/cg/page.php?id=43&pageid=43>

Zavod za statistiku Crne Gore – Monstat (2014). *Dolasci i noćenja turista*. Preuzeto 7. marta 2016. sa <http://monstat.org/cg/page.php?id=43&pageid=43>

Zavod za statistiku Crne Gore – Monstat (2013). *Dolasci i noćenja turista*. Preuzeto 12. marta 2016. sa <http://monstat.org/cg/page.php?id=43&pageid=43>

World Economic Forum (2015). *Global competitiveness report*. Preuzeto 1. februara 2016. sa <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2015com/2012/11/different-types-of-travel-agencies.html>

Datum prijave: 06.11.2016.

Datum prihvatanja: 01.22.2016.

Kontakt

Srđan Milošević, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad,

Radnička 30a

E-mail: srdjan.milosevic@tims.edu.rs