

Анђела Момировић,

мастер туризмолог (Географски факултет, Универзитет у Београду)

мастер инжењер организационих наука из области маркетинг и „ПР“ (Факултет организационих наука, Универзитет у Београду)

andjelamomirovic1@gmail.com

UDK 005.591.1:338.48 44(210.5)

DOI 10.5937/turpos0-53618

РАЗВОЈ, ЗНАЧАЈ И УЧЕШЋЕ ПРИМОРСКОГ ТУРИЗМА У ШПАНИЈИ

DEVELOPMENT, IMPORTANCE, AND PARTICIPATION OF COASTAL TOURISM IN SPAIN

Апстракт: Приморски туризам представља један од најмасовнијих видова тури-

зма. Шпанија је држава са дугом традицијом овог туризма и једна од три најпопуларније дестинације овог вида туризма у свету. Како је Медитеранско подручје најзначајније за приморски туризам, Шпанију годишње посећује велики број туриста, те је ова привредна грана врло значајна за економски развој земље. Од периода пандемије корона вируса, Шпанија, као држава која остварује значајне приходе од туризма поново бележи раст и повећан број туристичких посета. Циљ рада је да прикаже остварен туристички промет у приморском делу Шпаније, његов статистички промет у периоду пре и након пандемије корона вируса, затим значај и удео туризма у укупном економском развоју државе, али и размотрити перспективе развоја овог вида туризма у будућности. Успоставити који су највећи проблеми са којима се сусреће или се може сусретати, када је овај вид туризма у питању, на шта би требало на време реаговати и усмерити стратегије развоја.

Кључне речи: Шпанија, приморски туризам, туристи, приход, бруто домаћи производ БДП, туристички промет.

Abstract: Coastal tourism is one of the most popular forms of tourism. Spain is a

country with a long tradition of this type of tourism and one of the three most popular destinations of this type of tourism in the world. Since the Mediterranean area is the most important for coastal tourism, Spain is visited annually by a large number of tourists, and this economic branch is very important for the economic development of the country. Since the Corona virus pandemic, Spain, as a country that generates significant income from tourism, has again recorded growth and an increased number of tourist visits. The aim of the paper is to show tourist traffic in the coastal part of Spain, its statistical traffic in the period before and after the Corona virus pandemic, then the importance and share of tourism in the overall economic development of the country, but also to consider the perspectives of the development of this type of tourism in the future. To establish what are the biggest problems that are encountered or can be encountered when it comes to this type of tourism and what should be responded to in time and direct development strategies.

Keywords: Spain, coastal tourism, tourists, income, gross domestic product GDP, tourist traffic.

Увод

За приморски туризам је важно нагласити да је овде море доминантан природни ресурс, који се користи за различите туристичке активности. Приморски туризам користи море као основни природни ресурс кроз широке облике активности. Могућност развоја неке дестинације као приморске јесте да се налази уз саму обалу (Межнарић, 2023). Топла морска обала је оно што највише привлачи туристе, те је важно истакнути значај хидро-климатских комплекса. Значај и атрактивност сунца, топлог мора и плаже, означени као „3С“ постају атрибути који су туристима најпривлачнији. Приморски туризам одликују три важне карактеристике и то су: дуг боравак туриста, сезоналност и доминантне рекреативне активности (Павловић, 2018).

Методе истраживања које су коришћене у овом раду, темеље се на јавно доступној стручној литератури, планским документима и интернет изворима. Користиће се углавном дескриптивна метода, у којој се врши поступак описивања чињеница, као и метода синтезе, у којој је поступак спајања и повезивања издвојених елемената у једну целину. На крају ће се донети закључак на основу свих изнетих чињеница и дати препорука за унапређење.

Приморски туризам

Приморски туризам је најмасовнији облик туризма, томе сведочи и чињеница да су Медитеран и Кариби најпосећеније светске туристичке дестинације. Скоро трећина свих тусистичких кретања је усмерена на приморје (Гослинг и др., 2017). Аутор Пуејо Рос (2018). наводи да је приморски туризам још увек најдоминантнији када је туристичка потражња у питању, али да су у условима даншњих потреба туриста, поред природних мотива, све битнији и културни. Важно је нагласити да приморски туризам обухвата следеће пратеће активности: пливање, сурфовање, сунчање и друге активности које се везују за боравак туриста на обали мора (Штибер, 2019). Како додају аутори

Кривошејев и Рабасовић (2020) приморски туризам је најпривлачнији у летњој сезони, међутим бележи туристичке посете и ван сезоне. Додају и да прилагођавањем дестинације захтевима туриста долази до њиховог мењања па се њихова привлачност временом доводи у питање. Аутори Нортхроп и др. (2020). дефинишу приморски туризам раздвајајући овај тип туризма на активности морског и копненог дела. Овде се мисли на приобалне активности пливања, сурфовања и роњења и копненог туризма где указују на сунчање, пешачење, возњу на обали, тачније све активности које се одвијају на обали и дуж обале. Морски туризам представља активности на мору као што су крстарење, јахтинг, возња чамцем, рекреативни риболов, посматрање морских животиња, али укључује и друге наутичке спортове. Аутори Смит и др. (2022). Наводе да се приморски туризам због остварених прихода посматра и као важан део стратегије економског развоја. Економски утицај се најбоље може видети посматрајући земљиште. Развој туризма на рачун земљишта је заправо краткорочна инвестиција која се неће посветити трајном развоју животне средине, заједнице.

Историја туризма Шпаније

Почетак развоја туризма у Шпанији везује се за период између 1936. и 1939. године, а томе је највише допринео генерал Франко. Он је први дао најважнији допринос развоју туризма у Шпанији. Укида потребу да страни турист имају визу, како би туристички посетили ову земљу и смањује цену за посетиоце. Тада настаје масовни туризам. Појавом пакет аранжмана, Шпанија је била лидер, имала је план како да заради у туризму од својих природних ресурса и градова. У овом периоду је број посетилаца повећан за 40%, односно достигао је четири милиона туриста (Марбела, 2020). Институционална промоција туризма је за Шпанију имала огроман значај. Стратегија је била да се представи као дестинација са изграђеним

имицом у туризму (Ласарте 2012). Туризам је бележио пад 40-их и 50-их година. Захваљујући туризму 40-их година Шпанија је избегла банкрот, док 50-их година овде влада неизједначен и неусаглашен економски развој. Подаци из 1950. године показују да је само 1,8% туриста посетило ову земљу. Пораст броја туриста се бележи већ 1960. године, када је 6,2% од укупног броја туриста у свету посетило Шпанију. Ова година се сматра прекретницом за даљи развој туризма. Раст од 15,9% посетилаца бележи већ 1973. године. Почетком 70-их она заузима водећу позицију у свету. Број страних туриста 2000. године износио је 74 милиона. Како би подстакла још већи промет, изградила је инфраструктуру (Валејо Поусада, 2011). Након прославе „25 година мира“ од завршетка грађанског рата, долази до развоја Министарства информисања и туризма. Дошло је до грађења везе између туризма и његове промоције страним туристима путем

медија. Тада је градила свој имиџ и била је препозната као дестинација „сунца и плаже“ (Реина Софиа, н.д.). Почињу и улагања страних и домаћих инвеститора у инфраструктуру. Почиње развој друмског саобраћаја. Када је у питању ваздушни саобраћај, у Шпанији има 25 аеродрома. Капацитети за смештај туриста, по броју лежаја, налази се на врху, има и локалитета, а многи од њих су и најквалитетнији на континенту. Како се налази близу остатка Европе, источне обале су развиле прве туризам. (Новаковић-Костић, 2011).

Туристички промет Шпаније

Шпанија је једна од првих земаља по индексу обалних путовања, она има 17 обалних подручја. Шпанија има преко 2.000 обалних плажа. Захваљујући томе, она има огроман потенцијал за развој приморског туризма (Брионес -Пенелвер и др., 2023; 2492-2493).

Табела 1. Туристички промет Шпаније у периоду 2019.-2023. године

Туристички промет по годинама	2019	2020	2021	2022	2023
Укупно (у милионима)	83,7	18,9	31,2	71,7	85,1

Извор: Еуростат, 2024

Медитерански приобални региони и острва зависе од туристичког промета, он им је главни извор економске добити. У 2019., било је око 83 милиона путника. Тада је повећан и утицај сектора туризма у бруто домаћем производу (БДП) на 12,4% (154,482 милиона евра), овај сектор је имао око 13% (2,72 милиона радних места) укупне запослености. У 2020. години, БДП је опао за 59%, а већ у наредној је порастао за 51%. Већ 2020. године забележен је пад туриста за 72,4% у односу на исти период 2019. Масовни туризам тада није постојао, а било је масовних отказивања резервација. У периоду корона вируса Балеарска и Канарска острва су имала највише губитака, губе преко 50% туриста. Овде туристи из В. Британије и Немачке учествују са 50% свих долазака и ноћења. Тада је порастао промет домаћих

туриста, нарочито у руралним подручјима ових острва, за 7 до 17%. Након корона вируса, повећава се број путника на овим острвима за 50%, али и 52% више хотелских путника. Повећан је број путника који нису смештени у хотелу за 31,3%, селских путника 47%, у поређењу са периодом из 2019. у 2022. је туристички промет порастао за 0,6% (50,7% у односу на период корона вируса). На овом простору у 2022. није остварен број ноћења као у 2019., али је порастао за 35% у односу на 2020. годину (Родригез, 2023;3-4).

Андалузија је једна од најпосећенијих медитеранских области, годишње привлачи око 30 милиона туриста. Туризам овде учествује са 13% БДП у укупној економији. На основу истраживања које је спровео Андалузијски систем за анализу и статистику туризма (САЕТА) подаци

показују да је у мају 2023. попуњеност хотелских објеката износила 82%, што је више него у овом периоду 2022. године. Већина понуде је фокусирана на обалу, а Малага је провинција која обезбеђује овој области највећу хотелску понуду од 639 хотела у 2022. години. У случају ових хотела, тражња је највећа од половине јуна до прве половине јула. Андалузијски аеродром бележи промет од 261 милиона путника, нарочито међународних, док је Севиљски аеродром други по броју путника. Број путника на овим аеродромима бележи константан раст, а 2023. је забележен раст од 23%. Међународни авио превоз је кључни разлог великог туристичког промета. Наводи се да су 74 доласка путника и 248 ноћења у хотелима повезана са повратним авио путовањима. (Флоридо-Бенитез, 2023; 1–4). Поред међународних туриста, за регион Андалузије се одлучује и 80% домаћих туриста (Кумбрера и др., 2010). Поред овог региона, аутори Естебан и др. (2005). наводе као најпосећеније и регионе Валенсије и Каталоније.

У првом кварталу 2024. године забележено је повећање броја ноћења туриста за више од 8,1 милиона, достижући 211,4 милиона ноћења. Раст је био узоркован међународним туристичким прометом, а падом домаћег туризма у првој половини године. У другом кварталу 2024. Шпанија бележи највећу посећеност, више од 4,5 милиона ноћења. Више од половине остварених иностраних ноћења је било у другом кварталу ове године и то чак 89,5 милиона ноћења (Еуростат, 2024). У августу је остварила 11,1 милион страних туристичких посета, што је 9,6% више у односу на август 2023. године. Између јануара и августа Шпанију је посетило 71,2 милиона страних туриста, што је највеће повећање броја туриста до сада у туризму ове земље, то је 11,9% већи број туриста у односу на 2023. годину (Министарство индустрије и туризма Шпаније, 2024). Статистички подаци о смештајним капацитетима у областима приморских регија,

показују да се већ деценијама Коста Брера и Коста Дорада налазе на другом месту у Шпанији (иза Балеарских острва), они обухватају око 220 000 лежаја (Драговић, 2017). Највећа искоришћеност, пре свега смештајних капацитета је у летњим месецима, поготово у јулу и августу, када је у јеку сезоне туризма (75%), а најмања је у јануару (40%). Према чему летња сезона и купалишно – рекреативни туризам има потпуну предност у односу на зимску сезону, посебно у иностраном туризму (Јовичић, 2008).

Ефекти развоја приморског туризма Шпаније

Како би се анализирали и посматрали сви економски ефекти иностраног дохотка који потиче из других земаља у туристичку државу треба анализирати и проверити колики су приходи остварени од туризма у бруто националном производу, захваљујући коме се одмах види какав утицај туризам као привредна делатност има на БНП наведених земаља. Забележен је важан значај туризма на БНП односно његови остварени приходи од туризма у БНП-у Шпаније су 5,6%. Уочава се и зависност Шпаније од прихода оствареног од туристичких кретања, који се повећава (Купер и др., 2005). Шездесетих година прошлог века Шпанија је развој иностраног туризма дефинисала као значајан и примарни приоритет када је у питању привредни развој. Туризам има велики значај и утицај на платни биланс. Ради се о иностраном приходу на основу туризма који представља невидљиви извоз у привреди. У случају Шпаније, подаци из 2001. године указују на то да приходи који се остварују од страних туриста учествују са 18,8% у укупној вредности извоза роба и услуга за посматрану годину (Петровић, 2007).

Када је реч о средоземном делу државе туризам је директно имао 894.000 радних места у 2012. години (5,2 % од укупног броја запослених), док је предвиђан пад по стопи од 1,3%, при чему би требало

генерисати 882.000 радних места у 2013. години. До 2023. године туризам би требало да генерише 937.000 радних места, што би представљало повећање од 0,6% на годишњем нивоу, у наредних десет година (Гогих, 2014). Све су већи проблеми загађења воде. Ово је директно повезано са утицајем туриста на само подручје, загађењем воде и приобаља. Ови проблеми су везани и за индустрију, као што је нпр. нестанак питке (слатке) воде и њена индустријска употреба. (Гослинг и др., 2017). Последњих година туризам се прилагођавао потребама тражње. Проблем прекомерног броја туриста, решаван је промовисањем краћих путовања која су се све више тражила, гастрономског и руралног туризма у приобаљу, како би се градови растеретили милионских посета. То је успело да мало умањи концентрацију превеликог броја туриста на приобаље, али обично наведени видови туризма представљају допуну приморском туризму. Сезоналност је зато још увек изражена. Туристичку активност је усмерила и на политику одржавања еколошки одговорног туризма (Родригез ат ал., 2023; 1–2).

Перспективе и будућност приморског туризма Шпаније

Велики број различитих мотива утиче на избор приморских туристичких дестинација: значајно је искуство у самом управљању овом врстом туризма, клима и повољни природни ресурси морају постојати; атрактивност и квалитет плажа и туристичких садржаја су кључни за развој, али и препознатљивост Шпаније као туристичког бренда. Овде се могу пронаћи и слабости као што су: велике сезонске варијације; зависност од британске, немачке и француске туристичке потражње; еколошки, демографски и урбани притисак који се врши на дестинације. Културна и географска разноврсност Шпаније, отвара јој шансе за дизајнирање нових туристичких производа, који се посматра као додатак на већ постојећем традиционалном,

туризму приморја (Валиенте и др., 2016).

Нови изазови се сада јављају у самом туристичком сектору Шпаније. Инфлација ће у будућности доводити до све већег значаја дестинација које на медитеранском приморју нуде ниже цене, то су: Египат, Грчка и Турска. Климатске промене су све драстичније. Према очекивањима, број дана са температуром изнад 37°C у јужној Шпанији ће се удвостручити до 2050. године, тиме се повећава ризик од суше, недостатка воде, бројних шумских пожара и поплава. До ових знака је дошло у лету 2022. године када је температура ваздуха у Севиљи била изнад 40°C. Повећање броја „претоплих“ дана доводи до пада путовања, посебно у јеку сезоне. На пример, истраживање из 2022. које је спровела компанија за путно осигурање, показало је да се чак 65% туриста у В. Британији слаже са мишљењем да ће Шпанија бити претопла за њих како би је посећивали до 2027. (McKinsey & Company, 2023). Аутори Еспин- Санцхез и др. (2023). наводе као већ садашњи проблем, да је све приметнија код туриста „топлотна нелагодност“. Овоме су највише изложене обалне дестинације у сезони. Туристи већ сада осећају непријатност услед пораста температуре. Према ауторима Форонда- Роблес и др. (2020). циљ њиховог истраживања туристичког промета је формирање Система паметне обале и индикатора одредишта којим би се на основу простора и времена измерио успех развоја. Они су обалу Шпаније поделили на 14 дестинација, а оно што већина дестинација има заједничко је специјализација технолошког напретка и примена ових достигнућа на дугорочну одрживост. Они истичу да су дестинације Шпаније од овог система примене далеко.

Закључак

Шпанија поседује све природне услове погодне развоју приморског туризма. Са својим разноврсним рељефима, пешчаним плажама, богатим културним наслеђем и историјским споменицима,

Шпанија је једна од водећих туристичких земаља. Туристички промет Шпаније јасно показује значај туризма за њену економију, самим тим и развој, јер је овај сектор кључан у БДП-у земље, пружању радних места становницима, те је јасно да се порастом туристичког промета, повећава и животни стандард становника, али и економска добит државе. Постоје и негативни ефекти као што су претерана урбанизација, загађење и утицај на природне ресурсе. Будућност приморског туризма Шпаније зависиће од глобалне рецесије, конкуренције тј. Египта и Турске, али и од природних околности које се годинама мењају, као што је температурни пораст. Шпанија има све предуслове да остане водећа светска дестинација за приморски туризам, али њен успех зависи од мудрог управљања и одговорног односа према природи, руралним подручјима и културном наслеђу.

Литература

- Брионес- Пенелвер, А., Ј., Прокопкуп, Л., Самоилик, И. (2023). Strategic Vectors of Coastal Tourism Development as a Blue Economy Component in the International Dimension. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 14 (6), 2473-2496.
- Валејо Поусада, Р. Пак, С. Д. (2011). *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*. Barcelona: Turner
- Валиенте, Г. Ц., Форга, Ј. М. П., Ромепо, А. Б. (2016). Tourism in Spain, beyond the sun and the beach. Recent evolution and changes in coastal destinations towards cultural tourism. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (71), 431-454.
- Гогић, А. (2014). Утицај макроекономских ефеката на развој туризма у средоземном делу Шпаније. Ниш: Универзитет у Нишу, Природно-математички факултет.
- Гослинг, С., Хал, Ц., М., Скот, Д. (2017). Coastal and ocean tourism. *Handbook on Marine Environment Protection*. 1-2, 773-790.
- Драговић, Р. (2017). Туристичке-географске регије света I. Ниш: Универзитет у Нишу, Природно-математички факултет.
- Еуростат (2024). Nights spent at tourist accommodation establishments by NUTS 2 region. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/product/page/TOUR_OCC_NIN2 Преузето: 18.09.2024. године
- Естебан, А., Лопез, Ф., Агулио, Е. (2005). Impactos sobre el sector turístico. In Ministerio de Medio Ambiente. Impactos del cambio climático en España. Мадрид: Министарство животне средине.
- Еспин-Санчес, Д., Олцина-Сантос, Ј., Конеса-Гарсиа, К. (2023). Temporal Changes in Tourists' Climate-Based Comfort in the Southeastern Coastal Region of Spain. *Climate*. 11(11):230. <https://doi.org/10.3390/cli11110230> Преузето: 26.10.2023.
- Јовичић, Д. (2008). Увод у туризмологију и туристичку географију. Београд: Тон ПЛУС
- Кривошејев, В., Рабасовић, Б. (2020). Увод у туризам са основама руралног туризма. Ваљево: Удружење домаћина.
- Кумбрера, Г., М., Лопез, Л. Е. (2010). Consecuencias del turismo de masas en el litoral de Andalucía (España). *Cuaderno Virtual de Turismo*, 1, 125-135.
- Купер, Ц., Флетчер, Ј., Глиберт, Д., Ванхил, С. (2005). *Tourism Principles and Practice*. Лондон: Prentice Hall.
- Ласарте, П., М. (2012). The evolution of the image of Spain as a tourist destination. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. Португалија: Политехнички институт Леирије. 3 (11) 215-233.
- Межнарић, А. (2023). Анализа хотелске понуде у Републици Словенији. Завршни рад. Загреб: Универзитет Верн, Туризам.
- Марбела Проперти (2020). A history of Spain and it's tourist evolution. <https://marbellapropertysr.com/a-history-of-spain-and-its-tourist-evolution/> Преузето: 20.10.2024. године.
- Министарство индустрије и туризма Шпаније (2024). Spain received

11.1 million international air travellers in August, 9,6% more than the same month in 2023. <https://www.mintur.gob.es/en-us/GabinetePrensa/NotasPrensa/2024/Paginas/Pasajeros-aereos-agosto-2024.aspx> Преузето: 10.09.2023. године.

McKinsey & Company. (2023). Next stop for Spanish tourism excellence: Sustainability. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/next-stop-for-spanish-tourism-excellence-sustainability> Преузето: 10.09.2024. год.

Новаковић-Костић, Р. (2016). Туристичке регије света. Ужице: ВПТШ, Академија струковних студија.

Нортхроп, Е. и др. (2020). Opportunities for transforming coastal and marine tourism. Toward sustainability, regeneration and resilience. Вашингтон: High level panel a sustainable ocean economy. (19-33).

Павловић, Б. (2018). Компаративне предности приморског туризма у односу на планински у Црној Гори. Тиват: Факултет за медитеранске пословне студије.

Петровић, Ј. (2007). Директни макроекономски ефекти развоја туризма у водећим туристичким државама Медитерана. Зборник радова, св. LV.

Пуејо- Рос, Ј. (2018). Identificació, interpretació i valorització turística de les zones humides litorals del Baix ter. Докторска дисертација. Гирона: Универзитет у Гирони, Одсек за географију.

Реина Софиа (н.д.) "Spain is Different". Tourism and apertura in 1960s Spain. https://www.museoreinasofia.es/sites/default/files/salas/informacion/425_eng_web.pdf Преузето: 26.10.2024.

Родригuez, Р., Н., Масот, Н., А., Алонсо, Ц., Г., (2023). Impact of the COVID-19 Pandemic on Tourism: A Clustering Approach for the Spanish Tourism Analysis. Land. 12(8):1494. (1-21).

Смит, Т., Елрик- Бар, Ц., Томсен, Д., Селиерс, Л., Ле Тисиер, М. (2022). Impacts of tourism on coastal areas. Cambridge Prisms: Coastal futures. 1 (5). (1-5). 10.1017/cft.2022.5.

Флоридо- Бенитез, Л., (2023). English, German, and French Tourists Are Key to the Success of Andalusian Destinations (Spain). Sustainability. 15(16):12521. <https://doi.org/10.3390/su151612521>

Форонда Роблес, К., Галиндо Перез де Аспијага, Л., Фернандез- Табалес, А. (2020). Progress and stakes in sustainable tourism: indicators for smart coastal destination. Journal of Sustainable Tourism, 31(7), 1518–1537. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1864386>

Штибер, С. (2019). Маркетинг руралних дестинација на примјеру Вараждинске жупаније. Завршни рад. Копривница: Универзитет Сјевер, Одсек за економију.