mr Slavica Adžić,
 Prof. dr Silvana Đurašević
 UDK 338.484/.485(497.16)
 005.332.3

UTICAJ STRUKTURNIH PROMJENA NA TURISTIČKU PRIVREDU CRNE GORE

THE INFLUENCE OF STRUCTURAL CHANGES TO THE TOURIST INDUSTRY IN MONTENEGRO

Apstrakt: Uticaj tranzicije u društvu odrazio se na ukupne društveno-ekonomske prilike u Crnoj Gori. Ovaj složeni i dug proces mijenjao je stabilnost privrednog rasta i razvoja nacionalne ekonomije i efekuirao strukturne promjene u privredi Crne Gore. Pored tranzicije, na stanje privrednog sistema uticala su ratna dešavanja u okruženju, međunarodna izolacija i brojni drugi problemi koji su mijenjali tokove društvenog i ekonomskog razvoja. Na primjeru drugih zemalja iz okruženja, Crna Gora je nastojala da kroz proces strukturnih reformi obezbijedi racionalnije i efikasnije tržišno privređivanje preduzeća.

U radu se istražuje u kojoj mjeri i na koji način su se strukturne promjene odrazile na turističku privredu i koji su rezultati postignuti na temelju reformi koje treba da obezbijede uključjenje u tokove evropskog i svjetskog razvoja. Promjenom državno-pravnog statusa preduzeća, država je nastojala da obezbijedi veći nivo privredne aktivnosti, porast produktivnosti, stepen učešća u društvenom proizvodu, nacionalnom dohotku i zaposlenosti. Prema agregatnim pokazateljima nacionalne ekonomije, strukturne promjene još uvijek nisu u dovoljnoj mjeri obezbijedile ravnotežu ukupne privrede. Društvena, ekonomska i politička stabilnost su pretpostavke za razvoj turizma, koji je veoma osjetljiv na brojne promjene u ekonomiji i društvu.

Ključne riječi: strukturne promjene, nacionalna ekonomija, turizam, turistička privreda, strategija turizma

Abstract: The influence of transition on the society has reflected on the entire social-economic circumstances in Montenegro. This complex and long process has changed the stability of economic growth and the development of the national economy and has effectuated the structural changes in the economy of Montenegro. Beside transition, the war in the surroundings, international isolation and numerous other problems, which have changed flows of the social and economic development, have affected the condition of the economy system. On the example of other surrounding countries, Montenegro has persevered to provide, through the process of structural reforms, more rational and efficient company market business dealings.

This paper investigates to which extent and in which manner the structural changes have reflected onto the tourist industry and which results have been achieved on the basis of reforms which should provide for the joining with the flows of European and World development. By changing the company's state-legal status, the state has strived to provide a greater level of economical activity, productivity growth, degree of participation in the social product, national revenue and employment. According to national economy aggregate indicators, the structural changes have not yet provided the balance of the entire economy to a sufficient extent. Social, economic and political stability are the assumptions for tourism development which is very sensitive to numerous changes in economy and in the society.

Key words: structural changes, national economy, tourism, tourist industry, tourism strategy.

Uvod

Ubrzani tokovi tranzicije, nestabilnost privrednog sistema i nizak stepen privrednih aktivnosti preduzeća, uslovili su strukturne promjene u cilju postizanja veće produktivnosti i uključenja privrede u tokove evropskog i svjetskog razvoja. Negativni efekti kao posljedica tranzicije društva, uticali su na pad BDP-a, zaposlenost, smanjenu robnu razmjenu, prihode po osnovu razvoja turizma, nestanak pomorske flote, gašenje brojnih preduzeća u svim oblastima proizvodnje i pad životnog standarda. Strukturne promjene nastale su kao posledica negativnih dešavanja na polju ekonomskih i društvenih prilika.

Postavljanje širokih dometa u ekonomskoj politici zavisi od stabilnosti društveno-političkog sistema koji je ozbiljno usporavao tokove razvoja i implementaciju složenog procesa strukturnih reformi. Promjenljivi uslovi privređivanja zahtijevali su integralni pristup u postavljanju sistemskih mjera koje treba da obezbijede privredni rast i razvoj. Strukturne promjene nastale su kao posljedica globalizacije, tranzicije društva, negativnih uticaja iz okruženja, ratnih dešavanja, sankcija i međunarodne izolacije. Na sve to dodatno je uticala i poslednja ekonomska kriza 2008. godine, koja, iako je jenjavala 2012. godine, na neki način je prisutna sve vrijeme sa povremenim produbljivanjima i povremenim rastom. U cilju uspostavljanja tržišnih principa Crna Gora implicira potrebu sprovođenja strukturnih promjena u privredi i ukupnom ekonomskom i društveno-političkom sistemu. Na primjeru zemalja iz okruženja primijenila je novi model tržišnog privređivanja, restrukturiranja privrede i svojinske transformacije preduzeća koji predstavlja uvođenje korjenitih promjena u implementaciji procesa.

Crna Gora je imala za cilj oživljavanje privrede zasnovane na tržišnim principima i privatnoj svojini. Zakonom o svojinskoj i upravljačkoj transformaciji dolazi do restrukturiranja državnih preduzeća i privatizacije. Promjenom svojinskih odnosa aktivnost im-

plicira potrebu za postizanjem efikasnosti, ekonomske i socijalne stabilnosti.

Turistička privreda, kao najosjetljivija grana privrede na sve društvene i ekonomske promjene, prolazila je kroz različite faze razvoja. Posmatrajući turizam sa ekonomskog aspekta, bilo je potrebno uspostavljanje integralnog pristupa u postavljanju sistemskih mjera koje treba da obezbijede usklađenost privrede i konkurentnost nacionalne ekonomije. Značaj turizma kao strateške odrednice posmatra se sa sociološkog, kulturnog i društvenog aspekta, a ekonomski značaj kao suštinska mjera uspješnosti sistema. Strukturne promjene unutar privrednog sistema otvorile su brojna pitanja i oprečne stavove, kao i dileme u primjeni modela procesa reformi.

Stabilnost ukupne privrede preduslov je za razvoj turizma, stranih ulaganja i kapitalnih investicija u turizam. Stoga je važno uspostaviti veći stepen ravnoteže privrednog razvoja i svih agregatnih pokazatelja nacionalne ekonomije.

Crna Gora u kontekstu strukturnih promjena

Specifičnost privrede Crne Gore bile su oblasti energetike i metalurgije. Prostorno mala teritorija sa ograničenim resursima nije mogla samostalno da sprovodi strategiju privrednog razvoja, već u okvirima bivše zajednice. Tranzicija zemalja u okruženju doprinijela je promjenama privrednog sistema Crne Gore i ukupnih društveno-ekonomskih i političkih prilika.

Proces tranzicije na početku 1990. godine pokrenuo je različite društveno-ekonomske promjene u cilju uvećanja proizvodnje i pokretanja svih proizvodnih kapaciteta u okviru nacionalne ekonomije. To je bila prva faza strukturnih promjena u cilju uspostavljanja makroekonomske stabilnosti. Brojni problemi na polju ekonomske, društvene i političke situacije uticali su da na početku 2001. godine nastupi sljedeća faza strukturnih promjena.

„Tranzicija predstavlja proces prelaska netržišne ili nedovoljno tržišne u tržišnu privredu, koji podrazumijeva promjene u društvenom i političkom sistemu. Do tranzicije ka tržišnom modelu privređivanja dolazi zbog toga što na sadašnjem nivou razvijenosti nauke, tehnike, tehnologije i materijalnog blagostanja ne postoji bolja alternativa, što potvrđuje iskustvo razvijenih tržišnih privreda. Tranzicija u ekonomiji zahtijeva takve promjene koje će omogućiti prelazak iz neefikasnih ili nedovoljno razvijenih privreda u efikasne i tržišno orijentisane privrede“ (Blečić, 2000).

„Umjesto kvantiteta kao nekada primarnog obilježja, dolazi do promjena kvalitativnih svojstava u privredi, poznatih kao promjena struktura“ (Mihailović 2006, str 2). Proces implementacije mjera strukturnih reformi podrazumijeva okrenutost na tržišnu orijentisanost umjesto na državu sa ograničenim proizvodnim kapacitetima, zastarjelom tehnologijom, krutom organizacijom i upravljačkom strukturom. Novi oblici ponašanja, integracija i partnerski odnos svih učesnika u privredi ključni su faktori budućeg razvoja.

Nizak nivo ekonomske razvijenosti, smanjena stopa učešća industrijske proizvodnje kao okosnice razvoja, stopa zaposlenosti, nizak nivo robne razmjene, izražen deficit, velika zaduženost i nestabilnosti privrede, doprinijeli su da makroekonomska politika bude usmjerena u cilju implementacije modela privatizacije.

„Veliki sistemi predstavljali su preko 80 % ukupnih gubitaka privrede Crne Gore“ (Mihailović 2006, str. 5). Nizak nivo privredne aktivnosti ukazivao je na potrebu za uvođenjem novog modela u rješavanju svojinsko-pravnih odnosa. U cilju uspostavljanja ekonomske stabilnosti, 2001. godine usvojen je Zakon o privatizaciji.

Procesom privatizacije je 85 % državnog kapitala prešlo u privatnu svojinu do kraja 2007. godine (Lojpur, 2008). Implementacija procesa strukturnih promjena prošla je kroz različite faze, bila je složena, a novi model efikasnijeg tržišnog privređivanja otvorio je

brojna pitanja koja su i danas aktuelna. Industrija kao najdominantnija grana privrede i turizam koji je definisan kao strateška odrednica razvoja prolazili su različite faze od nekonkurentne do tržišno orijentisane ekonomije. Ovim se primjenjuje novi model ponašanja u tehnološkom, organizacionom, finansijskom i upravljačkom smislu. Ulazak stranog kapitala u privredu, valorizacija resursa, stimulisanje i podrška osnivanja malih i srednjih preduzeća, podsticanje organizacione i preduzetničke sposobnosti, tehnološke promjene i promjena vlasništva preduzeća bila su osnova za pokretanje privrednih aktivnosti.

Prema podacima Zavoda za statistiku Crne Gore iz 2017. godine, u periodu od 2010. do 2016. godine najveći procenat zaposlenosti bio je zastupljen u sektoru trgovine, zatim u državnoj upravi, prerađivačkoj industriji, uslugama smještaja i ishrane, saobraćaju, građevinarstvu, obrazovanju i ostalim. Strukturne promjene nisu dovele do harmonizacije i uravnoteženosti između svih djelatnosti u procesu uspostavljanja produktivnosti.

Strukturne promjene u turističkoj privredi

Crna Gora kao prostorno mala teritorija sa nedovoljno razvijenom ekonomijom, koristila je iskustva zemalja u tranziciji u smislu strukturnih promjena koje su se nametnule kao nužne za rješavanje ekonomske nestabilnosti. U uslovima ekonomske krize, nedovoljne tražnje i ograničene turističke ponude, turizam se suočavao sa promjenama i različitim oblicima organizovanja. Ograničena ponuda, nedovoljno ulaganje u tehničko-tehnološki napredak turističkih kapaciteta i ograničen kvalitet turističkih proizvoda usporavali su tokove turističkog razvoja. Ukupne prilike i promjena državnog statusa uticale su na stepen ukupne ekonomske razvijenosti, smanjenog učešća turističke djelatnosti.

„Već 1960. otvoren je najveći crnogorski turistički brand, unikatni Hotel „Sveti Stefan“, nakon čega je slijedio jak investicioni turistički ciklus, na bazi državnih investicija i stranih investicionih zajmova, koji je trajao gotovo 15 godina (do 1975. godine). Nakon toga slijedi razvojna stagnacija sve do zemljotresa iz 1979. godine, da bi, na bazi velikih sredstava solidarnosti, bio pokrenut novi razvojni ciklus u turizmu Crne Gore.“ (Ratković 2010. str 1).

Ratna dešavanja u okruženju na početku 90-tih godina, sankcije i međunarodna izolacija doprinijele su ozbiljnoj krizi sve do 2003. godine kada se preduzimaju strateške aktivnosti turističke politike sa efikasnijim mjerama i smjernicama za uspostavljanje i realizaciju ciljeva i zadataka u oblasti razvoja turizma.

Stepen bruto domaćeg proizvoda kao glavnog pokazatelja razvoja nacionalne ekonomije u periodu od 2001. do 2007. godine, povećan je za oko 37%, a najviši rast se vezuje za period od 2006-2007. godine, kada je inflacija iznosila 8% (Lojpur, 2008). Prema podacima Zavoda za statistiku Crne Gore iz 2017. godine, u 2007. godini uslijedila je stabilizacija privrede i povoljan ambijent za privlačenje stranih investitora, dok se u 2008. godini bilježi najviši stepen rasta investicija. Hrvatska visoku stopu investicija bilježi u periodu 2002-2007. godine sa 30% učešća u BDP-u (Gospodarska struktura Hrvatske i strukturne promjene). U ograničenim uslovima privrednog razvoja, sektor turizma je donekle odolijevao stagnaciji, jer su turisti Crnu Goru prepoznavali kao politički stabilnu i sigurnu turističku destinaciju u odnosu na bivše članice federacije. Povoljan poslovni i politički ambijent doprinosio je privlačenju stranih investitora u turizam.

U literaturi se prepoznaje model transformacije preduzeća kao složen proces koji podrazumijeva promjene prvenstveno svojinskih odnosa, ali i korjenite promjene u upravljačkom, organizacionom, tehnološkom, finansijskom i kadrovskom smislu (Mihailović, 2006; Blečić, 2005; Lojpur, 2008; Stojanović, 1999). Ovaj složeni proces,

usmjeren ka brznoj realizaciji određenih ekonomskih ciljeva, vezuje se snažno za sektor turizma koji u osnovi, pored ekonomskog, ima društveni i sociološki karakter.

U cilju uspostavljanja efikasnijeg tržišnog privređivanja i postizanja konkurentnosti, privatizovana su brojna preduzeća u turističkoj privredi. U periodu strukturnih reformi privatizovana su brojna hotelsko-turistička preduzeća, koja su nekada činila okosnicu turističkog razvoja i koja su imala najveće učešće u ukupnom turističkom prometu. U okviru HTP „Budvanska rivijera“: Hotel „Maestral“, Hotel „Montenegro A“, Hotel „Rivijera“, Hotel „Bellevue“, Hotel „Mediteran“ u Bečićima, Hotel „Montenegro“ u Bečićima, Hotel „Splendid“, Hotel „AS“, Hotel „4 Jul“, Hotel „Avala“, Hotel „Vile oliva“. U okviru HTP „Boka“: Hotel „Topla“, Hotel „Centar“, Hotel „Rivijera“. U okviru: HTP „Miločer“ Hotel „Panorama“, zatim UTIP „Crna Gora“ - Hotel „Podgorica“, HTP „Mimoza“, HTP „Koral“.

Efekti privatizacije brojnih hotelskih preduzeća bili su ispod očekivanih. Novi oblici organizovanja, nezadovoljstvo i otpuštanja zaposlenih, kao i problemi u rješavanju socijalnih programa, bili su realnost, a time su otvorena mnoga pitanja koja su i danas aktuelna.

U cilju strukturnih promjena u turističkoj privredi, neophodna su bila investiciona ulaganja, privlačenje stranih investitora za izgradnju novih i rekonstrukciju postojećih turističkih kapaciteta, saobraćajne i komunalne infrastrukture, kao važne pretpostavke za razvoj turizma. U smislu investicionog ulaganja i privlačenja stranih investitora, značajno mjesto zauzima atraktivni lokalitet na poluostrvu Luštica u opštini Tivat. Ovaj projekat je realizovan dugoročnim zakupom zemljišta egipatsko-švajcarske kompanije, u kojem 90% akcijskog kapitala ima zakupac Orascom, a ostatak država. Predviđanja su da će u narednih 20 godina na ovoj atraktivnoj lokaciji biti izgrađeno više od 8 hotela visoke kategorije sa oko 2.200 soba. Takođe je značajno pomenuti i dugoročni zakup zemljišta na poluostrvu Luštica u

opština Herceg Novi, čiji je zakupac North Star LLC Podgorica i britanski Investment Capital Limited (Izvršetak o realizaciji plana za privatizaciju, 2009).

Prema podacima Zavoda za statistiku Crne Gore iz 2017. godine, ukupan broj kreveta u 2015. godini iznosio je 164.004. Kao rezultat strukturnih promjena posljednjih godina, došlo je do diverzifikacije ponude, jačanja konkurentnosti i stvaranje uslova za komplementarnom ponudom koja će zadovoljiti potrebe savremenih turista. U Crnoj Gori turizam generiše oko 20% BDP-a.

Međutim, realnost je da još uvijek postoje hotelski kompleksi koji od procesa privatizacije nisu dovedeni u stanje korišćenja, a nalaze se na značajnim lokacijama primorskog regiona, kao što su Hotel „AS“ u Perazića Dolu, Hotel „Fjord“ u Kotoru, Hotel „Plaža“ u Herceg Novom.

Teškoće u privlačenju direktnih stranih investicija u najvećoj mjeri se mogu pripisati odsutnosti internacionalnih hotelskih lanaca. U kontekstu lanca hotela, značajno je pomenuti novootvoreni Hotel „Hilton“ u Podgorici, nastao adaptacijom nekadašnjeg hotela „Crna Gora“.

Specifičnosti istorijskog razvoja turizma

Turizam je postao najdinamičnija grana privrede i fenomen XX vijeka koji je konstantno u usponu. U Crnoj Gori začeci turizma datiraju od polovine prošlog vijeka. Prirodni resursi, atraktivnost destinacije i brojne komparativne prednosti determinisale su njeno turističko značenje i prepoznatljivost na mapi atraktivnih turističkih destinacija. Istorijski razvoj je ostavio bogato kulturno nasleđe koje su obilazili putnici namjernici, naučnici, državnici, političari, umjetnici, književnici i savremeni turisti. Istorijski razvoj turizma u Crnoj Gori u najvećem dijelu se vezuje za gradove Cetinje, Herceg Novi i Kotor.

„Tako je 1901. godine, Cetinje posjetilo 4.551 stranaca, a njihova struktura je bila slijedeća: Austrija 2.063, Turska 1.663, Italija 252, Njemačka 209, Engleska 113, Srbija 99,

Rusija 57, Francuska 39, Belgija 17, Holandija 14, SAD 11, a ostatak je otpadao na ostale zemlje.“ (Radović, 2010).

Prvi hotel u Crnoj Gori otvoren je 1902. godine u mjestu Zelenika u Boki Kotorskoj pod imenom „Pansion na zelenoj plaži“, a kasnije je ime promijenjeno u hotel „Plaža“. Zatim je važno istaći i hotel „Avala“ u Budvi, koji je izgrađen 1939. godine i koji je u značajnoj mjeri doprinio razvoju turizma (Ratković, 2010).

„Već 1960 otvoren je najveći crnogorski turistički brend, unikatni Hotel „Sveti Stefan“, nakon čega je slijedio jaki investicioni turistički ciklus, na bazi državnih investicija i stranih investicionih zajmova, koji je trajao gotovo 15 godina (do 1975. godine). Nakon toga slijedi razvojna stagnacija sve do zemljotresa 1979. godine, da bi, na bazi velikih sredstava solidarnosti, bio pokrenut novi razvojni ciklus u turizmu Crne Gore. U procesu obnove i razvoja osnovnih smještajnih kapaciteta (hotela i sličnih objekata komercijalnog karaktera), njihov broj je narastao sa 21.975 u 1978. na 33.905 1990. godine, a ukupan turistički promet je sa 9,3 miliona noćenja porastao na 10,2 miliona, od čega je u osnovnom smještaju ostvarivano preko 40%, a u komplementarnom oko 60%. Rekordna godina predtranzicionog perioda (1987. godina) je imala slijedeće osnovne turističke parametre: broj kreveta 137.082 (osnovnih 30.825, komplementarnih 115.554), broj noćenja 10.823.900 (domaćih 7.060.200, inostranih 3.763.700)“ (Ratković, 2010, str.1).

Početkom 90-tih godina nastupili su ozbiljni problemi u turizmu kao posljedica svih negativnih dešavanja iz užeg i šireg okruženja. Umjesto kvaliteta kao primarnog cilja u turizmu, nastupa period degradacije prostora, dijelom uništavanja prirodnih resursa i atraktivnih turističkih lokacija. Komercijalizacija utiče na odsustvo kvalitativnih svojstava koje su u suptrotnosti sa primarnim ciljem strukturnih promjena sa naglaskom na postizanje tržišnih principa koji se temelje na kvalitetu turističkih proizvoda. S obzirom na veoma

složeno stanje u ukupnoj privredi, oživljavanje turističke privrede nastupa 2005. godine. Prema podacima Zavoda za statistiku Crne Gore iz 2017. godine, najveće učešće u turističkom prometu Crna Gora je imala 2008. godine.

U Strategiji razvoja turizma Crne Gore do 2020. godine, navodi se da su prihodi od turizma od 2001. do 2007. porasli za ukupno 460%, sa 86 mil. € na 480 miliona € (Strategija razvoja turizma Crne Gore do 2020). Ekonomski značaj razvoja turizma i uloga koju ima u uspostavljanju harmonizacije turističke ponude i tražnje, posebno su važni ako se uzme u obzir da je turizam strateška odrednica Crne Gore. Geografski položaj i saobraćajna povezanost omogućili su dinamičan razvojni put turizma u ovoj prostorno maloj zemlji.

Struktura turističke ponude i tražnje u periodu od 2010-2015 godine

Nakon sticanja nezavisnosti Crna Gora je postala usko orijentisana na evropske tokove razvoja i uspostavljanje stabilnosti na polju društveno-ekonomske razvijenosti. Takođe, od osamostaljenja, Crna Gora, kao mala država, bilježi dominantno strane turiste. Dug period prekida privrednih aktivnosti nesumnjivo se odrazio i na tokove turističkog razvoja. Imajući u vidu značaj razvoja turizma, a prostornu ograničenost i kapacitet turističkog tržišta, Crna Gora u domenu smještajnih kapaciteta još uvijek zaostaje u odnosu na konkurentne zemlje kao što su: Italija, Španija, Grčka i Hrvatska. U sljedećoj tabeli prikazani su dolasci turista u kolektivnom smještaju¹ u periodu od 2010-2016. godine.

Tabela 1. Dolasci turista u kolektivnom smještaju

godina	ukupan broj(1)=(2)+(3)	domaći turisti(2)	strani turisti(3)	indeks nivoa, 2010=100	godišnja stopa, % (g/g-1)
2010	593,187	93,489	499,698	100.0	
2011	625,981	94,478	531,503	105.5	5.5%
2012	651,291	87,326	563,965	109.8	4.0%
2013	694,101	82,426	611,675	117.0	6.6%
2014	676,342	81,501	594,841	114.0	-2.6%
2015	733,850	97,771	636,079	123.7	8.5%
2016	808,788	100,038	707,750	136.3	10.2%

Izvor: Zavod za statistiku Crne Gore, 2017.

U strukturi dolazaka u posljednjih šest godina, dominantno je učešće stranih gostiju. Kvalitet ponude i pristupačnost cijena u tom periodu doprinijeli su rastu inostrane turističke tražnje. Porast inostranih turista bilježi se 2013., 2015. i 2016. godine, jedino je 2014. godine zabilježen pad od 2,6%. U prilog pozitivnom trendu ide i sve sadržajnija i kvalitetnija ponuda, kao i specijalizacija usluga. U sljedećoj tabeli su prikazana noćenja turista u kolektivnom smještaju u periodu od 2010-2016. godine.

I u strukturi noćenja dominantno je učešće stranih turista. Najveća stopa rasta ostvarena

je 2013., 2015. i 2016. godine. Osim kvaliteta ponude i raznolikosti turističkih sadržaja, informacione tehnologije i „online“ tržište omogućili su bržu dostupnost i unapređenje rezervacionog sistema. Prema podacima Statističkog godišnjaka Crne Gore iz 2016.

¹ Po Zavodu za statistiku Crne Gore, kolektivni smještajni objekti uključuju hotele, pansione, motele, turistička naselja, odmarališta, hostele, kampove i ostale objekte kolektivnog smještaja. Kolektivni smještaj ne uključuje tzv. „privatni smještaj“ (smještaj u kućama i sobama za iznajmljivanje, kao i u turističkim apartmanima).

Tabela 2: Noćenja turista u kolektivnom smještaju

godina	ukupan broj(1)=(2)+(3)	domaći turisti(2)	strani turisti(3)	indeks nivoa, 2010=100	godišnja stopa, % (g/g-1)
2010	3,014,418	442,689	2,571,729	100.0	
2011	3,170,519	427,105	2,743,414	105.2	5.2%
2012	3,172,900	394,129	2,778,771	105.3	0.1%
2013	3,397,308	385,495	3,011,813	112.7	7.1%
2014	3,085,634	364,816	2,720,818	102.4	-9.2%
2015	3,247,820	403,926	2,843,894	107.7	5.3%
2016	3,521,897	407,810	3,114,087	116.8	8.4%

Izvor: Zavod za statistiku Crne Gore, 2017.

godine, najveći udio noćenja gostiju bio je sa tržišta Srbije (2.865,874), Rusije (2.745,004), Bosne i Hercegovine (966.363), Njemačke (293.882), Poljske (261.940) i Francuske (233.541).

Strateški pravac razvoja turizma

Crna Gora sa nedovoljno razvijenom nacionalnom ekonomijom naglašava turizam i poljoprivredu kao dvije strateške odrednice u kojima vidi ubrzani privredni razvoj. Ključni izazov je kako da prati globalne trendove razvoja turizma i postigne konkurentnost nakon perioda stagnacije. Primarni cilj jeste da mjerama turističke politike podstiče održivi razvoj turizma, orijentisanost na kvalitet i tržište, i da uspostavi ravnotežu u cjelokupnom privrednom sistemu. Harmonizacija ukupne privrede doprinosi segmentu razvoja turizma.

Sa nivoa svih turističkih destinacija potrebna je detaljna analiza potencijala i stratejska analiza u cilju valorizacije potencijala, unapređenja ponude, primjene novih tehnologija, kvalitetnog turističkog proizvoda, podsticanja tražnje, koji se odražavaju na društveni proizvod, nacionalni dohodak, zaposlenost, platni bilans i investicionu aktivnost.

Strategija razvoja je bazirana na valorizaciji potencijala, optimalnom korišćenju prirodnih resursa, kvalitetu turističke infrastrukture, stvaranju novih razvojnih

mogućnosti i usklađivanju regionalne zastupljenosti. Ovim se stvaraju uslovi za postizanje konkurentnosti na turističkom tržištu i kreiranje ponude tokom čitave godine. U traženju mogućih rješenja teži se ublažavanju i otklanjanju svih negativnih spoljašnjih i unutrašnjih faktora, koji su ograničavali razvojni put turizma dugi niz godina, kao posljedica procesa tranzicije i globalne ekonomske krize.

Konkurentnost se može postići samo kvalitetom turističkog proizvoda i tržišnom orijentacijom kao primarnim ciljem dugoročnog razvoja, stabilizacijom, podsticanjem aktivnosti i ravnoteže u turističkoj privredi. Tranzicija društva i strukturne reforme svakako su doprinijele prilagođavanju novom modelu tržišne kulture i poslovne orijentacije. Crna Gora ima potencijala za razvoj različitih vidova turizma, ali ključno pitanje je kojim tržištima se okrenuti u skladu sa postojećim resursima, a da to bude održivo.

Analiza strategije i smjernice budućeg razvoja turizma Crne Gore

Identifikacijom svih relevantnih faktora koji utiču na razvoj turizma, treba postaviti strategiju orijentisanu na konkurentnost, a ne komparativnu prednost. Sva raznolikost vrlo specifičnih prirodnih i kulturnih resursa izražena je kroz logotip MONTENEGRO i slogan Wild Beauty. Kvalitetan turistički

proizvod i autentične vrijednosti promovišu je i pozicioniraju kao atraktivnu turističku destinaciju.

Povoljna klima i geografski položaj iniciraju turističku tražnju. Saobraćajna povezanost i dostupnost turističke destinacije predstavljaju primarni cilj razvoja. U tom smislu država nastoji da unaprijedi saobraćajnu infrastrukturu, ali trenutna situacija nije na zadovoljavajućem nivou kada su u pitanju željeznički i drumski saobraćaj. Izgradnja autoputa Bar-Boljare koji je u toku, uticaće na povezivanje primorja i zaleđa. Početak izgradnje autoputa predstavlja najznačajniju kapitalnu investiciju koja će doprinjeti smanjivanju disbalansa u razvoju između sjevera i juga. Kad je u pitanju turizam, nesumnjiv će biti doprinos rastu turističkog prometa, a obezbjeđiće i približavanje poljoprivrede turističkom tržištu, kao značajnoj logistici razvoja turističke djelatnosti. Takođe, autoput će uticati na razvoj spoljnotrgovinske razmjene.

Povezivanje sektora poljoprivrede omogućiće ostvarivanje značajnog plasmana poljoprivrednih proizvoda sa domaćeg tržišta. Strategija razvoja turizma treba u većoj mjeri da bude bazirana na povezivanju komplementarnih sektora privrede sa turizmom kako bi se uspostavila ravnoteža u ukupnoj privredi. Stabilan privredni rast neophodan je za razvoj turizma i napredak nacionalne ekonomije koja predstavlja mjeru razvijenosti jedne države. Strategija razvoja usmjerena je na ulaganje u održivi razvoj turizma na dugoročnom planu sa jasnom vizijom pokretanja proizvodnih kapaciteta koji u osnovi podržavaju sektor turizma.

Kvalitetan turistički proizvod, kao osnova strategije razvoja, treba da bude postojan i održiv. Planine, more i jezera predstavljaju jedinstven doživljaj za turiste. Raznolikost ponude i njena dostupnost u kratkom vremenskom intervalu, za turiste predstavlja jedinstven doživljaj. Crna Gora je nekada bila prepoznata kao turistička destinacija za kupališni turizam zbog duge obale i pješčanih plaža. Sada je situacija nešto drugačija. Specifičnost ponude omogućava razvoj ra-

zličitih vidova turizma kao što su: turizam zasnovan na prirodi, kulturni, vjerski, zdravstveni, sportski, izletnički, manifestacioni, nautički, kongresni, poslovni, eko i seoski turizam. I dalje je kupališni turizam dominantan, ali u cilju oživljavanja kvaliteta u ovom segmentu turizma, potrebno je valorizovati i unaprijediti ponudu najvećih potencijala Ade Bojane, Velike plaže, Valdanosa i Buljarice. U tom kontekstu je potrebna dosljedna primjena Strategije razvoja turizma, koja definiše buduće pravce razvoja.

Regionalna neravnoteža ponude ne može biti oslonac za razvoj i buduću perspektivu. Najveće učešće u turističkom prometu pripada primorskom regionu, zatim slijedi centralni, a potom sjeverni, koji nesumnjivo ima potencijala. Iako postoje zakonska rješenja i strategija razvoja turizma, koja idu u prilog unapređenju turističke ponude na sjeveru Crne Gore, još uvijek je evidentan disbalans u regionalnom razvoju.

U zemljama tranzicije kakva je Crna Gora, klasteri predstavljaju važnu kariku koja doprinosi lancu vrijednosti turističkih proizvoda. Umrežavanje i partnerski odnos između svih učesnika u privredi koji doprinose razvoju turizma važna je pretpostavka efikasnijeg djelovanja i nastupa na turističkom tržištu. Država podstiče novi model saradnje kroz javno-privatno partnerstvo u oblasti turizma (Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014-2020, 2014.) koji je u funkciji konkurentске prednosti, investicionog razvoja, valorizacije prirodnih i kulturnih resursa, zaštite životne sredine i poštovanja principa održivog razvoja.

„Strateški pravac razvoja nacionalne ekonomije, kroz prepoznatljivost turizma, imperativno nameće obavezu da se proces revitalizacije raspoloživih kapaciteta u institucionalnom smislu učini jednostavnijim, efikasnijim i racionalnijim.“ (Blečić, 2006, str. 48).

Poštovanje institucionalnih okvira, strateškog plana, principa nacionalne strategije i odgovornost nosioca ponude u turističkoj destinaciji, predstavljaju ključ razvoja i pozicioniranja na turističkom tržištu. Bogato

kulturno nasleđe posljednjih godina podstiče turističku tražnju. Stvaranje jedinstvenog identiteta turističke destinacije sa osloncem na prirodna i kulturna dobra, atrakcije, proizvode, usluge i turističku infrastrukturu sa posebnim akcentom na oživljavanju tražnje tokom čitave godine. Ovo posebno, imajući u vidu da je Crna Gora visokosezonalna turistička destinacija.

Globalni i regionalni trendovi razvoja nameću potrebu za diverzifikacijom ponude, unapređenje turističkih proizvoda, kvalitetniju promociju i valorizaciju atrakcija. Crna Gora, kao mediteranska zemlja, nastoji da unaprijedi smještajne kapacitete, sa akcentom na hotele visoke kategorije koji su okosnica razvoja. Novi trendovi razvoja nametnuli su sadržajniju ponudu, moderne kapacitete (resort-e) sa pratećim sadržajima (zdravstvenim, sportskim, zabavnim) i uslugama koje doprinose otvorenosti tržišta tokom čitave godine. Kvalitet hotela se u značajnoj mjeri poboljšao, ali još uvijek kao posljedica tranzicije i privatizacije postoje hoteli koji nijesu u funkciji, a nalaze se na atraktivnim lokacijama i nekada su činili okosnicu turističkog razvoja. Perspektiva razvoja su mali i srednji hoteli, koji imaju dominantno učešće u turističkom prometu.

U sektoru smještajnih kapaciteta velika je zastupljenost komplementarnog smještaja koji doprinosi ekonomskim efektima. Tu se prije svega misli na privatni smještaj (kuće za izdavanje, apartmani, sobe). Dominantnu ulogu u planiranju turizma imaju mala i srednja preduzeća, a podsticanje preduzetništva od strane države naglašeno je u posljednjih 10 godina (Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća 2011-2015).

Uz direktne strane investicije, ovaj sektor bi u budućnosti mogao biti značajna poluga ekonomskog razvoja i osnovni kreator novih radnih mjesta (Djurasevic, 2014). U cilju unaprijeđenja ekonomske strukture i kreiranja uslova za razvoj poslovanja privrednih subjekata, Vlada Crne Gore je donijela Strategiju razvoja malih i srednjih preduzeća, 2011-2015, (2010). Krajnja realizacija ove Strategije (2015), treba da doprinese pove-

ćanju broja malih i srednjih preduzeća za 25%, povećanju broja zaposlenih u njima za 17%, povećanju njihovog učešća u ukupnom izvozu na 35% i dostizanju učešća u bruto društvenom proizvodu, ukupnim investicijama, prometu, profitu i bruto dodatnoj vrijednosti na nivou od 50% (Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća, 2010).

„U današnjim uslovima globalizacije, deregulacije avio saobraćaja, velike fragmentacije tržišta i sve veće sofisticiranosti potrošača, jedini način da mala i srednja preduzeća, koja čine većinu u turizmu Crne Gore, opstanu i povećaju konkurentnost jeste stupanje u različite oblike partnerstva, međusobno, kao i javno-privatna. Ova partnerstva na regionalnom i lokalnom nivou treba da omoguće uslove za dalji razvoj preko Destinacijske menadžment organizacije (DMO) ili Kompanija za destinacijski menadžment (DMC)“ (Djurasevic, 2015).

Imajući u vidu veliko učešće preduzetništva u privredi, poštovanje zakonskih okvira, standarda i specifičnosti turističke djelatnosti, poštovanje autentičnosti gradnje kapaciteta, očuvanje životne sredine, važne su pretpostavke daljeg razvoja turizma. Ovo je važno ako se uzme u obzir da je još uvijek prisutno sivo tržište koje negativno utiče na zakonske okvire i imidž turističke destinacije. Turizam se ne smije posmatrati samo sa aspekta ekonomskog značaja, već u širem, socio- kulturnom kontekstu.

Kreatori turističke politike treba da budu u funkciji znanja i primjene Nacionalne strategije održivog razvoja Crne Gore (2006), sa posebnim osvrtom na osposobljavanje kadra koji je zaposlen u turizmu. Deficit uslužnog kadra na polju razvoja turizma prisutan je i predstavlja ključno pitanje dalje strategije na unapređenju ponude. S obzirom da današnje vrijeme globalizacije nameće savremene trendove razvoja i poslovanja, zaposleni kadar u turističkoj djelatnosti smatra se ključnom karikom razvoja.

Razvoj turističke destinacije pokreće zaposlenost, investicije, aktivira područja na nivou turističke destinacije koja su nedovoljno razvijena i jača njene izvorne vrijednosti.

Multiplikativni efekti turizma utiču na sve pore privrednog i društvenog razvoja, a kroz kategoriju „nevidljivog izvoza“ obezbjeđuje se priliv deviza iz drugih nacionalnih ekonomija. Uticaj turizma na zaposlenost važna je pretpostavka socijalne stabilnosti. Imajući u vidu činjenicu da turistička privreda ne apsorbuje u dovoljnoj mjeri angažovanje domaće radne snage, ovim se naglašava potreba stimulativnih mjera zaposlenosti domaćeg stanovništva.

„U današnjim uslovima globalizacije, deregulacije avio saobraćaja, velike fregmentacije tržišta i sve veće sofisticiranosti potrošača, jedini način da mala i srednja preduzeća koja čine većinu u turizmu Crne Gore, opstanu i povećaju konkurentnost jeste stupanje u različite oblike partnerstva, međusobno, kao i javno-privatna. Ova partnerstva na regionalnom i lokalnom nivou treba da omoguće uslove za dalji razvoj preko Destinacijske menadžment organizacije (DMO) ili Kompanija za destinacijski menadžment (DMC)“ (Djurasevic, 2015).

Uvažavajući činjenicu da turizam ne podrazumijeva samo ekonomske, već i sociološke, ekološke i ukupne društvene komponente i da predstavlja specifičan fenomen, proces upravljanja turističkim destinacijama je sve zahtjevniji i složeniji u cilju stvaranja komplementarne ponude.

Zaključak

Proces tranzicije društva odrazio se na ukupne društvene, ekonomske i političke prilike u Crnoj Gori. Koristeći iskustva zemalja u tranziciji, država je preuzela aktivnu ulogu u procesu strukturnih reformi u cilju efikasnijeg tržišnog privređivanja i razvoja nacionalne ekonomije. Strukturne reforme u privredi determinišu se kao posljedica uticaja iz okruženja, koji su se odrazili negativno na finansijski sektor i sve sektore u privredi, proizvodne kapacitete, industrijsku proizvodnju, turističku privredu i zatvaranje brojnih preduzeća koja su bila nosioci privrednog razvoja. Problemi u privredi, nizak nivo proizvodnje, zaduženost, visok

stepen nezaposlenosti, socijalne tenzije, otpuštanje radnika i brojna ograničenja po pitanju uključivanja države u tokove bržeg društvenog i ekonomskog rasta, inicirali su promjene u rješavanju državno pravnog statusa preduzeća i stvaranja mogućnosti za ulazak stranog kapitala u privredu Crne Gore. Promjenom svojinsko-pravnih odnosa i Zakonom o privatizaciji privrede (1999), stvoreni su novi modeli tržišnog privređivanja, orijentacije na tržišta i postizanje konkurentnosti.

Analiza dostignutog nivoa transformacije privrede i privatizacije u turističkoj privredi kao okosnici i strategiji razvoja, omogućava da sa sagleda realna slika stanja i prepozna trend razvoja koji je aktuelan u svijetu. Imajući u vidu da je ekonomska snaga države inetegracini pristup u postavljanju sistematskih mjera koje treba da obezbijede racionalnija rješenja, efikasnost, tržišno privređivanje i razmjenu, kao i stvaranje pretpostavki za ukupan razvoj privrede, država još uvijek zaostaje u dinamici promjena, harmonizaciji ukupne privrede koja bi podržala i aktivirala turizam kao dominantu razvoja.

Crna Gora ima dinamičan pomak na polju održivosti, razvoja različitih vidova turizma, diverzifikacije ponude i kvaliteta turističkih proizvoda, ali još uvijek u dovoljnoj mjeri ne koristi razvojne mogućnosti i valorizaciju raspoloživih potencijala. Potrebna je veća aktivnost u oblasti razvoja novih proizvoda, kvaliteta usluga i profilisanja imidža turističke destinacije. Prateći savremene trendove razvoja turizma, Crna Gora jeste unaprijedila ponudu i povećala turistički promet, posebno u domenu inostranog turizma. Segmentacija tržišta i diferenciranje turističkih proizvoda predstavlja složen proces u kojem, mjerama turističke politike treba ponuditi racionalnija rješenja, efikasnost, tržišno privređivanje i konkurentnost.

Identifikovanje optimalne valorizacije resursa, partnerstvo i međunarodna saradnja, ulaganje u infrastrukturu, nove investicije i kapitalna ulaganja treba da omoguće otvorenost prema tržištu. Neophodno je

jačanje konkurentnosti, unapređenje razvoja tehnologije u domenu proizvodnje, industrije i poljoprivrede kao logistike turizmu. Povezivanje sjevera i juga uz saobraćajnu infrastrukturu, predstavlja izazov, ali i najveći investicioni poduhvat koji će doprinijeti budućem razvoju turizma. Potrebno je povećati domaća i strana ulaganja, postaviti šire domete i efekte u ekonomskoj politici.

Literatura

- Blečić, M. (2000). „*Finansiranje lokalne uprave u Crnoj Gori*“, Štamparija Obod dd Cetinje, Podgorica, str.17.
- Blečić, M. (2006). „Dostignuti nivo makroekonomske stabilnosti u funkciji privrednog razvoja Crne Gore“, „Akcionar“-časopis za ekonomska pravna pitanja korporativne privrede, br.1-2, godina IV, Cetinje, str. 48.
- Blečić, M. (2005). „*Svojina- istorijska kategorija*“, „Akcionar“ – časopis za ekonomska i pravna pitanja korporativne privrede, br.1-2, godina III, str.5.
- Blečić, M. (2006). „*Tekuća privredna kretanja u Crnoj Gori*“, „Akcionar“- časopis za ekonomska i pravna pitanja korporativne privrede, br.1, str. 48.
- Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća. (2010), *Strategija razvoja malih i srednjih*
- Preduzeća 2011-2015. Podgorica, <http://www.seecel.hr/UserDocsImages/Documents/Strategija-za-razvoj-MSP-2011-2015.pdf>, (15.03.2017).
- Djurasevic, S. (2015). *Tourism In Montenegro: A Destination Management Perspective*, Tourism: An International Interdisciplinary Journal, Croatia, Vol. 63(1), p. (81-96)
- Djurasevic, S. (2014). *Development of small businesses in tourism in the lake Skadar National park*, Zbornik geografskog instituta "Jovan Cvijic", SANU, No. 64(3), p. (311- 328), Belgrade, Serbia.
- Gospodarska struktura Hrvatske strukturne promjene, <http://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/109-b11cc1eaff75d4b641128d-4c11ee2962.pdf>, (15.04.2017).
- Lojpur, A. (2008). „*Analiza efekata dosadašnje privatizacije u Crnoj Gori*“ Ekonomski Fakultet, Podgorica, str.13-16, www.savjetzaprivatizaciju.me/?wpdmact=process&did=MjQ2LmhvdGxpbms (07.08.2014).
- Mihailović, B. (2006). „*Prestrukturiranje i privatizacija*“ Eseji i pogledi, CPI Podgorica. str.(2-5, 277).
- Ministarstvo ekonomije Crne Gore, *Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014-2020* (2014). Podgorica, www.mek.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rid=166201&rType, (23.04.2017).
- Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, *Strategija razvoja turizma Crne Gore do 2020*. (2008). Podgorica, www.gov.me/files/1228912294.pdf, (24.04.2017).
- Ministarstvo zaštite životne sredine i uređenja prostora (2006). *Nacionalna strategija održivog razvoja Crne Gore*—UNDP, Podgorica, <https://nvomost.files.wordpress.com/2010/03/nsor-crne-gore.doc> (23.04.2017).
- Radović, M.(2010). „*Turistička geografija Crne Gore*“, Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu, Bar, str.35.
- Ratković, R. (2010). „*Strateški izazovi crnogorskog turizma u drugoj deceniji trećeg milenijuma*“, Budva, str.1-5. www.queenofmontenegro.com/.../Materijal%20za%20okrugli %20sto%20-%20Prof.% (15.03.2017).
- Stojanović, V.(1999). „*Upravljanje ključnim aspektima transformacije preduzeća*“ prikaz V Naučnog savjetovanja, Ekonomski Fakultet, Kragujevac, str.150.

www.horizonti.ekfak.kg.ac.rs/sites/default/files/Casopis/.../12_Vesna_Stojanovic.pdf. (18.04.2017)

Savjet za privatizaciju Vlade Crne Gore, *Izveštaj o realizaciji plana privatizacije za 2009 (2009)*. Podgorica, www.savjetzaprivatizaciju.me/?wpdmac-t=process&did=NDQzLmhvdGxpbms, (10.04.2017).

Zavod za statistiku Crne Gore,

[http://www.monstat.org/userfiles/file/turizam/dolasci%20i%20nocenja%202017/Baza%20podataka_Data%20base%20\(TURIZAM\).xls](http://www.monstat.org/userfiles/file/turizam/dolasci%20i%20nocenja%202017/Baza%20podataka_Data%20base%20(TURIZAM).xls) (10.04.2017).

<https://sr.wikipedia.org/sr-el/Зеленика>, (11.04.2017).