Domaći zadatak br. 2.

**ANALIZA OBJEKTIVNIH POKAZATELJA RAZVIJENOSTI TURIZMA U CRNOJ GORI**

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

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).

Pregled literature

Unesite 10 referenci i povežite ih u ovom delu

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% .

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.

Zaključak

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 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.

**Zadatak za studente (grupni rad)**

1. Na osnovu postojećih delova teksta i uzimajući u obzir naziv i ciljeve ovog rada , uradite pregled literature i unesite u rad.
2. On treba da bude osnova istraživanja koja su data u tekstu .
3. Nađite deset različitih izvora literature , dobro ih povežite i kritički analizirajte.
4. Pregled literature treba da bude 500 reči.
5. Izbegnite ponavljanja
6. Obratite pažnju na jezičke i tehničke greške
7. Sve navedene reference u tekstu unesite i u spisak referenci na kraj rada.