
TOURISM AS A FACTOR FOR ECONOMIC DEVELOPMENT OF MUNICIPALITY PEĆ

Hajrija Škrijelj

University "Haxhi Zeka" – Peć, Kosovo

Halit Shabani

University "Haxhi Zeka" – Peć, Kosovo

Abstract: Tourism can be considered one of the most important socio-economic phenomenon of the twenty century. Its rapid expansion had negative impact on the environment and sociocultural impact in many areas. Thus, mass tourism is thing of the past for tourist countries wishing to develop their tourism in a good way and ensure sustainability in the future, so alternative forms of tourism are an essential orientation for the further development of tourism.

As a global economic phenomenon, tourism is an industrial activity which, right after oil and chemical industries, exerts the most direct impact on economic growth and development of the world economy. Tourism shows also a strong impact on macroeconomic aggregates by enhancing the macroeconomic stability of the national economy, whereas accelerating local and regional development and employment growth.

The authors wish to draw attention to the economic importance of tourism as one of the determinants of the development of the national economy.

Keywords: tourism, economic and non-economic impacts of tourism, tourism development.

TURIZAM KAO FACTOR EKONOMSKOG RAZVOJA OPŠTINE PEĆ

Hajrija Škrijelj

Univerzitet "Haxhi Zeka" – Peć, Kosovo

Halit Shabani

Univerzitet "Haxhi Zeka" – Peć, Kosovo

Abstrakt: Turizam se može smatrati jednom od najznačajnijih socijalno-ekonomskih pojava dvadesetog veka. Njegova brza ekspanzija je imala negativan uticaj na životnu sredinu i socio-kulturni uticaj u mnogim oblastima. Prema tome, masovni turizam je stvar prošlosti za turističke zemlje koje žele da razviju svoj turizam na dobar način i obezbede održivost u budućnosti, pa zato alternativni oblici turizma predstavljaju suštinsku orijentaciju za dalji razvoj turizma.

Kao globalni ekonomski fenomen, turizam je privredna grana koja poslije naftne i hemijske industrije, najviše doprinosi ekonomskom rastu i razvoju svjetske ekonomije. Turizam ima eksplicitan uticaj na makroekonomske agregate i povećava makroekonomsku stabilnost nacionalne ekonomije, uz istovremeno ubrzanje lokalnog i regionalnog razvoja i porast zaposlenosti.

U ovom radu autori žele da ukažu na ekonomski značaj turizma kao jedne od determinanti razvoja nacionalne ekonomije.

Ključne reči: turizam, ekonomski i neekonomski uticaji turizma, turistički razvoj.

UVOD

Posljednjih četrdesetak godina, glavna strukturalna promjena u svjetskoj ekonomiji ogleda se kroz rastuću količinu usluga, odnosno značajno učešće tercijarnog sektora privređivanja (djelatnosti trgovine, turizma, osiguranja, transporta, bankarstva, finansija obrazovanja, inženjeringa i sl.). Gotovo da ne postoji država čija privreda ne poseduje značajan udio sektora usluga. Na ovaj način i za ekonomije srednje razvijenih i manje razvijenih zemalja, usluge predstavljaju značajnu mogućnost i šansu za ozbiljnije uključivanje u međunarodnu podjelu rada. U svemu ovome turizam zauzima značajno mjesto, kao jedna od najprofitabilnijih i najvećih industrija u svijetu.

Turizam kao privredna grana čini 10% svjetskog BDP-a, a najveći potrošači su kineski turisti, a iza njih slijede američki, pa ruski turisti. Da turizam pokreće svjetsku ekonomiju govore i podaci da turizam predstavlja 30% svjetskog izvoza usluga i 6% ukupnog izvoza roba i usluga, a kao izvozna kategorija u svijetu se nalazi iza naftne, hemijske i prehrambene industrije.

Tako je turizam prepoznat ne samo kao posledica privrednog razvoja već i kao faktor privrednog razvoja.

Hunziker i Krapf su još 1942. godine objasnili uticaj turizma na nacionalnu ekonomiju. Oni su dokazali da zavisno od ulaznih i izlaznih turističkih tokova, turizam može imati i pozitivne, ali i negativne efekte na obim nacionalnog dohotka (engl. national income). Turizam utiče na redistribuciju nacionalnog dohotka u

svetskim okvirima, ali takođe i na redistribuciju dohotka između sektora i kompanija u okviru nacionalne ekonomije. Od tada, pažnja mnogih teoretičara usmerena je na analiziranje različitih, takozvanih ekonomskih uticaja turizma (engl. economic impacts of tourism) među kojima su multiplikativni efekti turizma (engl. multiplier effect) u literaturi jedni od najčešće razmatranih.

1. EKONOMSKI UTICAJI TURIZMA

Turistička potrošnja (engl. tourism consumption), kao potrošnja turista u mestima koje posećuju, osnova je razumevanja ekonomskih uticaja turizma. Savremena ekonomska teorija u istraživanju doprinosa turizma privrednom razvoju uvek polazi od turističke potrošnje, jer kao „rezultat ove potrošnje nastaju određeni ekonomski efekti na privredu, kako zemlje i područja iz kojih turisti dolaze tako i onih zemalja i mesta koja turisti posećuju“.¹⁶⁷ Iako se određeni ekonomski efekti osećaju i u privredi zemlje i područja iz kojih turisti dolaze, ipak se prilikom analize ekonomskih uticaja turizma, pre svega, analiziraju efekti turističke potrošnje na privredu zemlje i područja koja turisti posećuju.

U domaćoj i stranoj literaturi mogu se naći različite klasifikacije za sagledavanje ekonomskih efekata turizma na privredu. Jedna od najčešće korišćenih u domaćoj literaturi jeste podela na:

- direktne i
- indirektne efekte na privredu.¹⁶⁸

Prema ovoj podeli se kao najvažniji *direktni* uticaji turizma na privredu navode sledeći:

- uticaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak,
- uticaj na razvoj privrednih delatnosti turističke privrede,
- uticaj na platni bilans, uticaj na zaposlenost stanovništva,
- uticaj na investicije (investicionu aktivnost i strukturu investicija) i
- uticaj na brži razvoj nedovoljno razvijenih zemalja i područja.

Indirektni uticaj se odnosi na poljoprivredu, industriju, građevinarstvo. Turistička potrošnja ima uticaja na gotovo sve privredne i neprivredne delatnosti. Potrošnja stranih turista ima i *multiplikativni* uticaj na privredu zemlje u celini. U nastavku ćemo razmotriti neke od najznačajnijih i najčešće pominjanih ekonomskih efekata turizma na privredu.

1.1. Direktni uticaji turizma

1.1.1 Uticaj turizma na društveni proizvod i nacionalni dohodak

Kao uslužna djelatnost, turizam se ne može smatrati stvaraoцем društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka (kao npr. industrija ili poljoprivreda i ostale proizvodne djelatnosti), ali turistička potrošnja posredno i neposredno utiče na društveni proizvod i nacionalni dohodak. Posredno, na način što podstiče razvoj materijalne proizvodnje koje imaju ulogu dobavljača turističke privrede, dok neposredno utiče po osnovu preliivanja dohotka iz drugih zemalja preko prometa stranih turista. Na taj način vrši se direktno preliivanje inostrane akumulacije iz zemalja iz kojih turisti dolaze u turističke destinacije i privredu zemlje koju turisti posjećuju.

U teoriji se često pominje i razmatra uticaj turizma na teritorijalnu preraspodjelu društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka, kako u svjetskim okvirima, tako i u okviru konkretnih zemalja.¹⁶⁹

U svjetskim okvirima turizam predstavlja značajan faktor preliivanja društvenog proizvoda iz privredno razvijenih zemalja u one sa nižim stepenom privredne razvijenosti, dovodeći na taj način do ravnomjernijeg razvoja proizvodnih snaga u svijetu. Osim toga, razvoj domaćeg turizma može doprinijeti ravnomjernijem razvoju regiona jedne države, obezbjeđujući preliivanje dohotka iz privredno razvijenih regiona u nerazvijene, ali sa razvijenom turističkom ponudom.

1.1.2. Uticaj turizma na platni bilans

Platni bilans predstavlja sumarni iskaz ekonomskih transakcija rezidenata neke ekonomije sa ostatkom sveta u određenom vremenskom periodu. Značaj pojedinih pozicija u platnom bilansu zavisi od zastupljenosti primarnih, sekundarnih i tercijarnih delatnosti u strukturi pojedine ekonomije, dostignutog stepena privrednog razvoja te uključenosti u međunarodne tokove roba, usluga i proizvodnih faktora te finansijskih tokova. U literaturi se često ističe da se uticaj turizma na nacionalnu ekonomiju osetio najpre kroz platni bilans zemlje i da je ovo jedna od najznačajnijih ekonomskih funkcija turizma.

Turizam predstavlja veoma značajan izvor deviznih sredstava zbog čega ga svrstavaju u favorizovane izvozne grane. Za zemlje koje su se, pre svega, izdvojile kao značajne receptivne turističke zemlje na međunarodnom turističkom tržištu, devizni priliv od turizma predstavlja najvažniju stavku prihoda u platnom

¹⁶⁷ Slobodan Unković, dr Bojan Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006

¹⁶⁸ Slobodan Unković, dr Bojan Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006

¹⁶⁹ Unković, S., Zečević, B. „Ekonomika turizma” Ekonomski fakultet Beograd, 2016.

bilansu i veoma snažan faktor ukupnog razvoja privrede. Takođe, značajna je činjenica da ovaj devizni priliv nije praćen izvozom dobara preko granica zemlje, pa se ova vrsta izvoza naziva „nevidljivim izvozom“ (engl. invisible export) ili ređe „tihim izvozom“ i „izvozom na licu mesta“. Umesto izvoza robe ovde se „uvozi“ potrošač odnosno turista čija potrošnja u destinaciji predstavlja osnov deviznog priliva. Ova specifična vrsta izvoza ima brojne prednosti u odnosu na klasični izvoz roba i usluga:

- Neke robe koje ne mogu postati predmet razmene u okviru međunarodne trgovine (engl. international trade), kao što su prirodne i kulturne ili socijalne atraktivnosti zemlje mogu biti valorizovane kroz turizam. One privlače turističku tražnju i indirektno se „prodaju“ na turističkom tržištu u obliku viših cena za turističke proizvode.
- Neki proizvodi su „izvezeni“ tako što su prodani stranim turistima koji su posetili zemlju (na primer: boca vina ili neki drugi proizvod koji je tako prodat po višoj ceni nego da je tradicionalno izvezen).
- Izvoz putem prodaje stranim turistima rezultira visokim profitom, ne samo zbog prethodno pomenutih viših cena nego i zbog činjenice da su u ovom slučaju i troškovi niži (na primer: nema transportnih troškova – engl. transportation costs ili troškova osiguranja- engl. insurance costs).
- Neki kvarljivi proizvodi, kao na primer poljoprivredni proizvodi, koji se prodaju turistima u zemlji, mogu jednostavno da ne odgovaraju za izvoz zbog nedovoljno razvijene infrastrukture i upravljanja izvoznim tokovima.¹⁷⁰

1.1.3. Uticaj turizma na zapošljavanje

Turizam se često pominje kao najznačajniji pojedinačni izvor zaposlenosti u svetu i procene su da turistička privreda (koja osim direktne turističke industrije obuhvata i povezane sektore kao što su građevinarstvo i finansije) obezbeđuje do 11% od globalne zaposlenosti. Turizam se smatra industrijom koja nudi najbolje mogućnosti za ekonomski rast i kreiranje zaposlenosti. Međutim, uloga i doprinos turizma zaposlenosti, a time i razvoju, varira značajno prema obimu, karakteru i stepenu razvoja i relativne važnosti turističke industrije u pojedinačnoj zemlji ili destinaciji.

Za razliku od drugih grana privrede, turizam održava visok stepen potrebe za radnom snagom, koji se zasniva prije svega na potrebi za radnom snagom u hotelijerstvu, ugostiteljstvu, maloprodaji i javnom prevozu. Okosnicu radne snage čine zaposleni na određeno vrijeme koji se angažuju kao pomoć za stalno zaposlene, pogotovo u vrijeme turističke sezone. Pojedina zanimanja u turizmu pogodna su za zapošljavanje ženske radne snage, koja u nekim razvijenim turističkim zemljama iznosi i do 70% ukupnog broja zaposlenih. Nadalje, turizam omogućava zapošljavanje lica raznih obrazovnih profila, od onih koji neposredno pružaju usluge i onih koji rade u različitim tehničko-tehnološkim procesima, do onih kreativnih kadrova koji kreiraju moderne turističke proizvode i bave se razvojem politikom.

Ipak, uticaj turizma na zapošljavanje često predstavlja predmet kritike, koja se najčešće odnosi na činjenicu da je većina poslova u turizmu sezonskog karaktera i da je teže naći adekvatne profile stručnosti za zaposlenje, pa se u radni proces uključuju oni sa nižim kvalifikacijama (što objektivno može narušiti kvalitet ponude), kao i studenti i penzioneri koji ne mogu biti razmatrani kao dio radne populacije.

1.2. Indirektni uticaji turizma

Finansijska sredstva koja strani turisti troše u određenoj destinaciji prouzrokuju razvoj djelatnosti koje su indirektno povezane sa turizmom. Industrija, građevinarstvo, poljoprivreda i ostale djelatnosti preko turizma proširuju tržište za plasman vlastitih proizvoda (različiti industrijski proizvodi opskrbljuju turističke objekte, građevinarstvo učestvuje u njihovoj izgradnji, poljoprivredni proizvodi se koriste u ugostiteljskoj ponudi itd.).

Na ovaj način turistička potrošnja koju ostvaruju strani turisti i njihova finansijska sredstva imaju dodatne efekte na nacionalnu ekonomiju, cirkulišući kroz veći broj privrednih transakcija.¹⁷¹ Ova finansijska sredstva slivaju se u sve djelatnosti koje čine turizam složenim sistemom, kao i ostale djelatnosti koje su indirektno povezane sa turizmom. Svakako, što je država ekonomski razvijenija, odnosno što manje zavisi od uvoza roba neophodnih za proces reprodukcije u turizmu, to su finansijski efekti veći.

1.3. Negativne ocene značaja ekonomskih efekata turizma

Iako u teoriji postoji visok stepen saglasnosti da turizam ima pozitivne ekonomske efekte na privredu, te da se može iskoristiti kao značajan faktor privrednog razvoja, postoje teoretičari koji upozoravaju i dovode u pitanje vladajuće mišljenje o naročitim privrednim efektima koji nastaju razvojem turizma. Jedan od njih je i Robert Erbes koji je 1973. godine objavio svoju studiju pod naslovom „Međunarodni turizam i privreda zemalja u razvoju“ koju je izradio po naruđbi Međunarodne organizacije za ekonomsku kooperaciju i razvoj. U vezi sa razvojem sektora turizma, ne samo u zemljama u razvoju, nego i u privredno razvijenim zemljama autor je izneo sledeća zapažanja:

¹⁷⁰ Richard Sharpley and David J. Telfer, *Tourism and development – Concepts and Issues*, 2004, str. 93

¹⁷¹ Bartoluci, M., Čavlek, N. Kesar, O., Prebežac, D. ”Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav”, Školska knjiga Zagreb, 2011, str. 297

- „Ekonomska je stvarnost 'turističkog sektora' mnogo složenija, a s gledišta privrednih efekata mnogo je manje povoljna nego što se to čini na temelju površnih ocena. Dovoljno je imati na umu veličinu investicija koje se ulažu u 'podsektor hotelijerstvo', posebno kad se radi o hotelima koji posluju samo sezonski (pet do šest meseci u godini).
- Nema zemlje koja raspolaže ispravnom i potpunom računicom koliko nju 'košta' dolar koji je ostvarila od turističkog deviznog priliva. Nema računice bi li taj dolar koštao manje da su ista investicijska sredstva uložena u 'turistički sektor', bila uložena u neki drugi privredni sektor, koji bi se skladnije uklapao u privredu zemlje kao celine.
- Malo je zemalja, ako uopšte postoje, koje bi mogle i smele svoj ekonomski spas očekivati samo od turizma.“

2. TURIZAM U GRADU PEČI

Na osnovu terena na kome se prostire Peć, vidi se da ima velke privlačne i interesantne turističke resurse, koje mogu da zadovolje obožavaoce nedodirljive prirode i obožavaoce idiličnih lepota sela kao i zainteresovane istraživače o tragovima prošlosti. Nalazeći se između toka reka Beli Drim i Bistrice Peć pruža mogućnosti za ribolov raznih vrsta riba slatkih voda, a za obožavaoce avantura zimskih i letnjih sportova pruža velke mogućnosti lepota kanjona vodopada i odgovarajućih terena za skijanje. Porodicama sa decom pruža mogućnost ukusa šetnje prirodnog osveženja koju će naći idealno mesto obale reka u najtoplim letnjim danima.

Planinska klima regiona Rugove sa dugom, jakom i hladnom zimom i sa toplim letom favorizuje bezrezervno turiste da udišu čist vazduh sa smanjenim jonima iz šume u ranim jutrima do 9:00 h što postavlja veliki stimulans za zdravlje čoveka.¹⁷²

Glavni identifikovani problemi:

- Nedostatak strategije razvoja turizma;
- Turistički objekti izgrađenih bez poštovanja procedura životne sredine i
- Turistička infrastruktura još ne ispunjena.

*Prioriteti – Strateške akcije:*¹⁷³

- Promocija prirodnog nasleđa i pejzaža kao jedinstvenih vrednosti;
- Razvoj strategije za održivi i prijateljski turizam, prirode ispunjavanja zahteva za očuvanje biodiverziteta;
- Uspostavljanje standarda i kriterijuma za razvoj eko-turizma u zaštićenim područjima i
- Prilikom planiranja izgradnje turističke infrastrukture da se primene procedure Procene uticaja na životnu sredinu i prihvatljivosti za prirodu.

2.1. Razvoj

Iako je pod teretom posledica rata, i u inostranstvu ima imidž baziran na ratu, grad Peć ima velike prirodne, istoriske i kulturne potencijale da postane turistička destinacija koja obećava posebno u regionalnom kontekstu Balkana.

S obzirom na to da turizam implicira funkciju lokalne uprave, razvoj turizma je direktno povezan sa:

- vlasništvom nad imanjem,
- uredbi o poslovnim ulaganjima,
- saradnju javnog i privatnog sektora,
- kulturne i građanske zadatke
- turizam baziran u zajednici/opštini
- druge lokalne i nacionalne funkcije u destinacionom menadžmentu i marketingu.

Za razvoj su očito potrebne investicije. Nakon analiza (koje mogu biti uključene u budući master plan turističkog razvoja) domaćeg finansiranja, prioritet treba da bude traženje internacionalnih izvora finansiranja. Javno-privatno partnerstvo finansiranja može da bude izlaz za potencijalni zastoj. Fiskalna, zakonodavna i administrativna tela treba da podrže projekte. Treba da se da potstrek za (strane/domaće) investicije.

Uspeh u privlačenju investicija zavisi od saradnje privatnog i javnog sektora i njihove spremnosti da kontinuirano razmenjuju informacije. Suprotno samo komercijalnom marketingu, investicioni marketing i promocija turizma zahtevaju podršku privatnih i javnih investicija, asocijacija i građana. Potencijal svake teritorije manje je određen geografskom lokacijom, klimom ili prirodnim resursima a više ljudima, njihovom posvećivanju, sposobnosti, energiji, vrednostima i organizaciji.

Ako jedno mesto želi da postane destinacija za investicije i putnike, mora da ispuni sledeće zadatke:

- (1) Da analizira šta se dešava u zemlji i celom regionu;
- (2) Da razume potrebe, želje i ponašanje svojih ciljnih grupa;

¹⁷² <https://kk.rks-gov.net/peje/Assembly-6.aspx>

¹⁷³ Ministarstva trgovine i industrije-Divizija za turizam

- (3) Da napravi nacrt realne perspektive (vizije, misije, smernice) svoje teritorije;
- (4) Da izradi strategiju i akcioni plan, koji objašnjava kako da se postigne ova vizija;
- (5) Da oceni progres svake faze.

3. ZAKLJUČAK

Pokazatelji razvoja turizma mogu se posmatrati kroz ekonomsku, geografsku, sociološku, psihološku, envajromentalističku bihejviorističku sferu, te kao takav, turizam "zaseca u sve pore privrednog u društvenog života".

Posmatrajući turizam u svjetlu društvenih i ekonomskih efekata, a prije svega u odnosu na brojnost učesnika turističkih putovanja kako u domaćim, tako i u međunarodnim razmjerama, može se reći da se turizam nalazi u procesu neprestanih i snažnih promjena.

Međunarodni turizam odigrao je značajnu ulogu u privrednom razvoju velikog broja zemalja u svijetu i bio jedan od odlučujućih razloga što su turističke zemlje, putem raznih instrumenata ekonomske i turističke politike,

Važno je da zemlje koje imaju potencijala za razvoj turizma i žele da ga iskoriste za svoj brži privredni razvoj imaju u vidu sledeće:

- Turizam zbog svojih pozitivnih efekata na cjelokupnu privrednu aktivnost se može iskoristiti kao faktor privrednog razvoja, konkretno preko uticaja turističke potrošnje i ulaganja u turizam.
- Efikasnije korištenje turističkih potencijala ne može se postići samo posjedovanjem prirodnih pretpostavki za bavljenje turizmom, nego zahtijeva i određena ulaganja u infrastrukturu, objekte, kadrove itd.
- Nije poželjno da se privredni razvoj bilo koje zemlje zasniva samo na jednoj djelatnosti i jednostranoj ekonomskoj orijentaciji, bez obzira na raspoložive resurse

LITERATURA

- [1] Richard Sharpley and David J. Telfer, *Tourism and development – Concepts and Issues*, 2004, str. 93
- [2] Bartoluci, M., Čavlek, N. Kesar, O., Prebežac, D. "Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav", Školska knjiga Zagreb, 2011, str. 297
- [3] Unković, S., Zečević, B. "Ekonomika turizma" Ekonomski fakultet Beograd, 2016.
- [4] Slobodan Unković, dr Bojan Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006
- [5] Theobald, W.F. (2004): *Global tourism*, Elsevier, Amsterdam,

Ostali izvori:

- [6] www.ks-gov.net/ESK/
- [7] www.visitkosova.org
- [8] www.kotas-ks.org
- [9] www.kosovundp.org