

## IMPACT OF THE GLOBAL CRISIS ON THE INVESTMENTS IN TOURISM IN EUROPE AND THE WORLD

Husnija Bibuljica,

Faculty of business, Pec, Kosovo

**Abstract** In this paper acknowledges the economic importance of tourism as well as the impact of global economic crisis on investments and everything to raise competitiveness in tourism, which would impact on economic growth and development of countries in the world. Tourism is now considered a global economic phenomenon, and industries that after the chemical and petroleum industries, most notably contributions economic growth and development of world economy. Tourism through economic functions affects almost all sectors of national economy, enabling and creating better conditions of GDP growth, employment and investment. Tourism as an economic activity has specific characteristics. Tourists traveling, approaching the product, coming into the destination. Tourism is an activity that takes place through a variety of subjects belonging to different sectors of the economy may be difficult to control because most of these activities is concentrated in a short period of time. Tourism enhances the interest of public use of the environment which will further affect the private sector, regional and national authorities, especially local communities that are sensitive to the problems of preserving and investing, and these interests already include the development policy of many countries in terms of supporting integrated access to use of certain areas, management development and classification of natural resources.

**Keywords:** global economic crisis, tourism, investment, employment, economic growth

## UTICAJ GLOBALNE KRIZE NA INVESTIRANJE U TURIZMU U EVROPI I SVIJETU

Husnija Bibuljica

Fakultet Biznisa u Peći Kosovo

**Abstrakt:** U ovom radu želi se ukazati na ekonomski značaj turizma kao i na uticaj svjetske ekonomske krize na investiciona ulaganja a sve u cilju podizanja konkurentnosti u turizmu koje bi uticalo na privredni rast i razvoj zemalja u svijetu. Turizam se danas smatra globalnim ekonomskim fenomenom i privrednom granom koja poslije hemijske i naftne industrije, ponajviše doprinosi ekonomskom rastu i razvoju svjetske ekonomije. Turizam preko svojih ekonomskih funkcija utiče skoro na sve grane nacionalne ekonomije i tako omogućava i stvara bolje uslove rasta GDP, zaposlenosti i investicija. Turizam kao ekonomska aktivnost ima specifična obilježja. Turisti putuju, prilaze proizvodu, dolaze u destinaciju. Turizam je aktivnost koja se odvija kroz niz različitih subjekata koji pripadaju različitim granama privrede, mogu se teško kontrolisati zato što se veći dio te aktivnosti koncentriira u kratkom vremenskom periodu. Turizam pojačava interes javnog korištenja okoliša što će dodatno uticati na privatni sektor, regionalne i državne vlasti, posebno lokalne zajednice koje su osjetljivije na probleme očuvanja i investiranja, pa se ti interesi već uključuju u politiku razvoja mnogih zemalja u smislu podupiranja integralnog pristupanja korištenju pojedinih područja, razvoju menadžmenta i klasifikaciji privrednih resursa.

**Ključne riječi:** svjetska ekonomska kriza, turizam, investiranje, zaposlenost, privredni rast.

### UVOD

Raspravljati o turizmu kao faktoru razvoja u okviru sintagme „Turizam i investiranje” u prvom redu, znači baviti se održivim razvojem turizma, razvojem i investiranjem, koji neće bitno mijenjati prirodne i antropogene resurse, ekonomsku ravnotežu, biološku i prirodnu raznolikost. U tom smislu turizam ima ogromnu prednost pred drugim sektorima jer je gotovo jedini koji ima konverzijsko svojstvo, da prirodna i kulturna dobra, čak i ona nematerijalna, uz investiranje može pretvarati u državna dobra, a da se ona pri tome bitno ne mijenjaju, pod uslovom da se takva konverzija odvija u okviru održivog i investicionog turističkog razvoja. Osim toga očuvana prirodna i kulturna dobra i cjelokupna priroda predstavlja temeljnu razvojnu supstancu turizma, o kojoj on životno zavisi.

U ovakavom globalnom pristupu treba prvo obratiti pozornost na faktore i proces dugoročnog razvoja turizma, a zatim na njihovu moguću primjenu, kao i na izbor modela razvoja turizma kojim će se osigurati zaštita i dalji napredak.

Turistička obilježja, kako se vrlo često doslovno prevodi s engleskog, ima svoje turističke resurse i specifični turistički proizvod. Turizam za te potrebe ima svoju „sirovinu”, temeljne turističke skupine. To su turističke atrakcije, jer gdje ne postoje turističke atrakcije, ne može se ni razviti turizam. I očuvani okoliš, u svojoj

ukupnosti, u svakoj turističkoj destinaciji predstavlja nezaobilazne resurse. Osim toga, pojedini dijelovi prirode, kao što su: geološka građa, klima, voda, biljni i životinjski svijet, zaštićena prirodna baština i zaštićena kulturno-povijesna baština predstavljaju turističke atrakcije.

Zadnjih decenija međunarodni turizam zabilježio je povoljnu razvojnu tendenciju zahvaljujući u prvom redu investiranju kao i očuvanju. Finansijska i globalna ekonomska kriza, čije dejstvo se posebno osjeća zadnjih godina, imaju negativan uticaj i na razvoj međunarodnog turizma. Naša namjera je da nadalje ocjenimo uticaje ekonomske krize na dosadašnje rezultate, kao i na očekivane rezultate i dugoročni uticaj zemalja, kako u Evropi tako i u Svijetu.

### **1. UTICAJ SVJETSKE EKONOMSKE KRIZE I RECESIJE NA TURIZAM**

Svjetska ekonomska kriza bilježi značajan napredak, te je pojam recesija postao jedan od najčešće upotrebljanih pojmova u makroekonomskim analizama proteklih godina, no njenim razvojem spušta se na sve razine ekonomije, te pogađa i one najmanje. Pojam recesija (eng. Recession, njem. Ression) tumači se kao blaži izraz za privrednu krizu, odnosno ekonomsku stagnaciju<sup>206</sup>. Drugim riječima to su povremena usporavanja u privrednoj aktivnosti neke zemlje praćena istovremenim pogoršanjima iste ekonomske klime ( pad realnog dohotka, porast nezaposlenosti, nizak stepen iskorištenosti kapaciteta...). Dakle, recesija je najteži oblik tržišne utakmice u kojoj je bitno preživjeti, nastojati održati poslovne kontakte i dobro procijeniti one poslovne kontakte i poslovne odluke koje vas mogu upropastiti.

Recesija ima svoje prve znake, a vrijeme potrebno za njenu identifikaciju prije svega zavisi od znanja, iskustva, i spremnosti kreatora makroekonomske politike da istu prihvati, i u novonastalom stanju djeluju. Najprije finansijska kriza, potom prelijevanje finansijske krize na realni sektor, a zatim i socijalni problemi prouzrokovani brojnim otkazima uslijed silazne putanje svjetske privrede bili bi donekle kratak opis proteklog razdoblja. Sve je ovo počelo 2007. godine u SAD finansijskom krizom koja je otpočela kao posljedica prevelikog broja velikih hipotekarnih kredita, a dogodilo se u razdoblju smjene predsjednika krajem 2008. i početkom 2009. godine zbog smanjenja potražnje i zaustavljanja kreditiranja prelila se i na realni sektor. Smanjenje narudžbi uzrokovalo je pad proizvodnje, a smanjenje kreditiranja probleme u likvidnosti s posljedicama u hiljadama podijeljnih otkaza radnicima, koji su postali prijatna socijalnom miru.

Pojam turizma kao ekonomske kategorije, vezana je za stvaranje turističkog tržišta. Postojanje turističkog tržišta predstavljaju djelovanje dvaju tržišnih polova, turističke potražnje koju valja shvatiti kao onu količinu dobara, usluga i robe koju su turisti skloni pribaviti uz određenu cijenu, odnosno uz određeni devizni kurs, ako je potražnja inostrana, s druge strane turističku ponudu koja predstavlja onu količinu dobara koja se želi plasirati po određenim cijenama uz određeni devizni kurs, ako je u pitanju inostrano tržište<sup>207</sup>. Turizam je fenomen koji sa jednakom pažnjom proučava aktivnosti kretanja turista, i aktivnosti zadovaljavanja njihovih potreba. U žiži interesa je sa mikro i makro aspekta područje motiva i motivacije u turizmu. Problem motivacije dugo vremena bio je isključivo naučna disciplina koja je najdalje otišla u njenom proučavanju. Zbog toga nije čudo da su ekonomisti u pokušaju da iz sopstvenog stajališta razmotre ovu problematiku najprije korsitila znanja psihologije. Motivacija gledana sa ekonomskog aspekta može biti individualna i kolektivna, a u svojoj osnovici može počivati na privatnom ili društvenom karakteru sredstava za proizvodnju. Takođe, turizam sveden na fenomen rasonode, fenomen koji se iscrpljuje u kretanju ljudi, u prvom redu radi zabave, a ne radi zarade. Imajući u vidu da su osnovni motivi turističkog kretanja želja za fizičkim i psihičkim odmorom, želja za rasonodom i zabavom, želja za upoznavanje kulturnog i historijskog nasljeđa i upoznavanje prirodnih ljepota, možemo zaključiti da turizam ima dobre temelje u svojim selektivnim oblicima za razvoj u vrijeme krize. Činjenica je da ekonomska kriza pogađa potrošače ekonomski ali i psihološki. Za vrijeme krize potrošači osjećaju nesigurnost i više paze na rashode, bez obzira radi li se o fizičkim osobama ili preduzećima na tržištu poslovne potrošnje. Ova konstatacija uzrokuje i daljnje promjene u poslovanju, odnosno strategiji ponudioca, koji je podaktnut promjenama stavova kranjih potrošača, odnosno onog drugog pola-turističke potražnje.

### **2. MEĐUNARODNI RAZVOJ TURIZMA U SVIJETU I EVROPI**

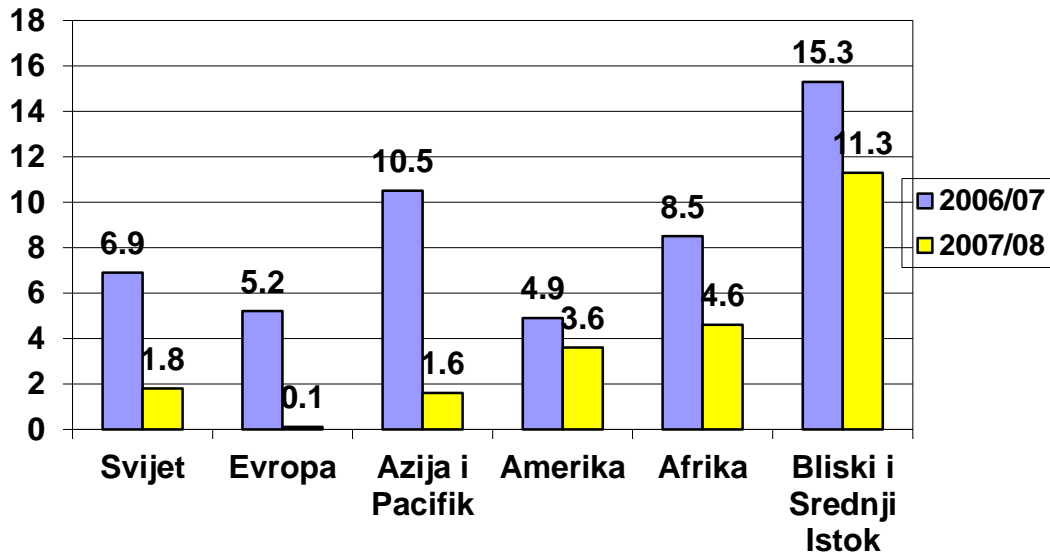
Razvojna tendencija međunarodnog turizma u zadnjih petnaest godina može se označiti kao povoljna. Posebno je zapažen povoljan razvoj turizma od 2005. do 2008. godine kada je zabilježena prosječna godišnja stopa od 7 %. Međutim u drugoj polovini 2009. godine pod uticajem ekonomske krize ukupni rezultati pokazuju rast od 1.8 %. U okviru međunarodnog turizma, region Evrope takođe bilježi povoljnu razvojnu tendenciju koja je slična

<sup>206</sup> Klajić, B. Rječnik stranih riječi A-Ž; Nakladni zavod MH; 1987; str.755

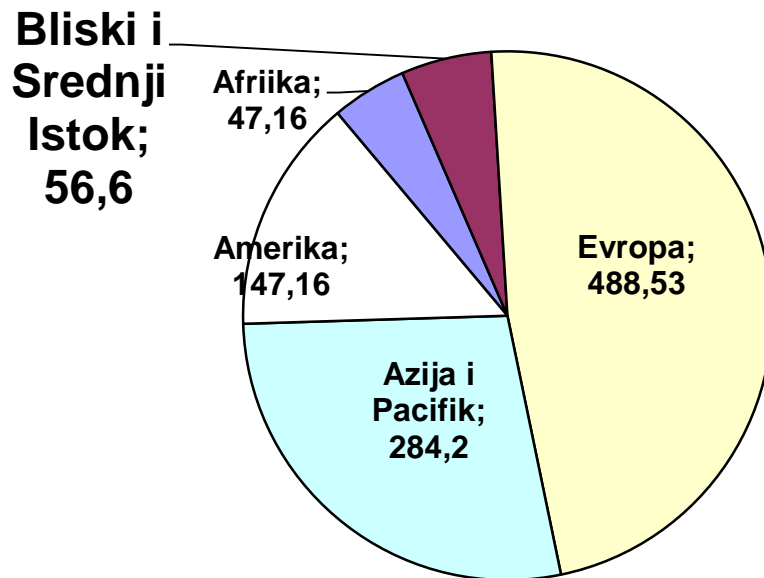
<sup>207</sup> Senejčić, J. Vukonić, B. Marketing u turizmu, mikrorad 1997. godina

svjetkom prosjeku. Međutim, prosječne godišnje stope rasta u 2008. godini za region Evrope bile su niže u odnosu na svjetski prosjek.

Radi dobijanja prave slike u tendenciji razvoja turizma u Svijetu i Evropi, prikazat ćemo kroz naredne grafike.



Slika 1. Ostvareni rezultati u međunarodnom turizmu u 2008. godini, sa poređenjem sa rezultatima u 2007. godini



Slika 2. Regionalna struktura međunarodnog turizma

Izvor: UNWTO World Tourism Barometre, Volume 7, No. 1, January 2009, Madrid

Kao što se vidi u 2008. godini zabilježen je rast broja učesnika u međunarodnom turizmu u svijetu za 1,8 %. Najpovoljniji rezultati su ostvareni u zemljama Srednjeg istoka, sa rastom od 11,3%, a zatim regionu Afrike, sa rastom od 4,6%, i regionu Amerike, sa rastom od 3,6%. Region Azije i Pacifika bilježi rast od 1,6%, a Evropa rast od svega 0,1%. Kad je u pitanju Evropa posebno je zabilježena stagnacija zemalja Mediterana, koji imaju veliki ponder u ukupnom svjetskom turizmu. To se posebno odnosi na Španiju koja ima smanjenje od 2,6%, Grčku, Italiju

i Kipar. Razlog smanjenja je uticaj ekonomske krize na ponašanje turista iz Velike Britanije i Njemačke, koje predstavljaju najvažnije izvore turističke tražnje za razvoj turizma zemalja Mediterana.

Stagnacija turističkog prometa kod zemalja Azije i Pacifika u najvećoj mjeri je uslovljena smanjenjem broja turista kod NR Kine (-3,1%) i Australije (-1,5%). Slična situacija, iako iz drugih razloga, zabilježena je i u godini održavanja Ljetnih Olimpijskih igara u Grčkoj. Kao što je poznato iz bezbjednosnih razloga i nedovoljnog uvažavanja tržišnih kriterijuma u godini realizacije ovih sportskih manifestacija zapaženi su relativno lošiji rezultati u turizmu.

### 3. FAKTORI KOJI UTIČU NA RAZVOJ TURIZMA

U **nepovoljne faktore** koji utiču na razvoj turizma spadaju: Finansijska kriza, globalna ekonomska recesija, stagnacija i smanjenje društvenog proizvoda i raspoloživog prihoda stanovništva u najvećem broju privredno razvijenih zemalja u razvoju, izrazito povećanje broja nezaposlenih u privredno razvijenim zemljama svijeta (8,1% prosjek, u zemljama Evro zone 10,1%, Francuskoj 9,6%, Njemačkoj 9,0%, Španiji 17,7%, SAD 8,9% itd.), nedostatak povjerenja, socijalni problemi, psihološki, nepovoljna situacija za putovanje u inostranstvo zbog djelovanja prethodno pomenutih faktora, pojava meksičkog gripa, što nije bilo prisutno kod davanja prognoza za 2009 godinu u januaru ove godine.<sup>208</sup>

U **povoljne faktore** koji utiču na razvoj turizma su: Dostignuti nivo međunarodnog turizma i stečene navike za turističkim putovanjima u inostranstvu, povoljniji uslovi za turistički boravak u inostranstvu za stanovnike privredno razvijenih zemalja u odnosu na domaća turistička putovanja, niža inflacija i cijene nafte povoljne.

Mjere koje su ublažile nepovoljno okruženje za međunarodni turizam su: Specifični oblici promocijnih aktivnosti turističkih zemalja i direktnih nosilaca pružanja turističkih usluga sa naglašenom ulogom interneta, konkurentne cijene turističkih usluga, a posebno paket aranžmana organizatora putovanja, preduzimanje mjera za povećanje kvaliteta usluga u turističkim destinacijama, uprošćavanje svih formalnosti za ulazak u turističke zemlje, posebna uloga organizatora putovanja i receptivnih turističkih agencija u ublažavanju posljedica globalne ekonomske recesije.

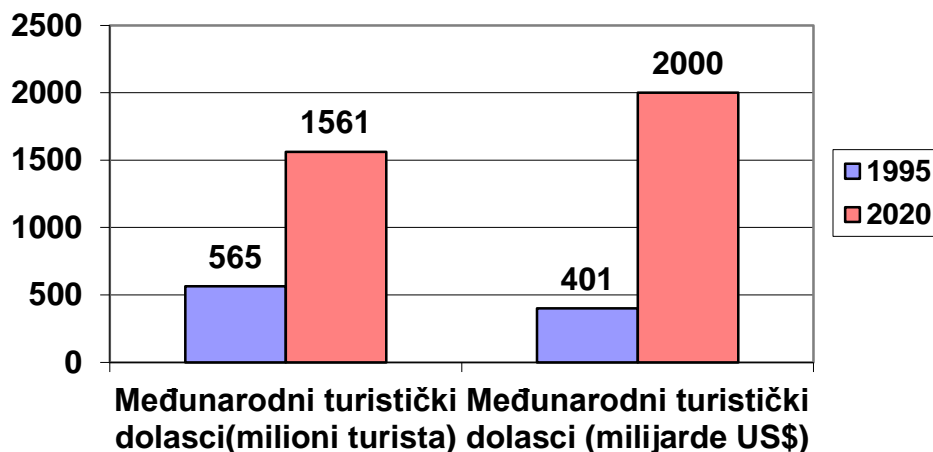
### 4. OČEKIVANI REZULTATI RAZVOJA U MEĐUNARODNOM TURIZMU DO KRAJA OVE GODINE

Iako je teško u sadašnjim uslovima zbog očekivanih dejstava globalne ekonomske recesije dati precizne podatke, očekujemo da će rezultati u međunarodnom turizmu biti nešto povoljniji u odnosu na prethodnu godinu. Sigurno je da će rezultati u velikoj mjeri zavisiti od izlaska iz svjetske ekonomske krize i od mjera koje će se preduzimati od strane nadležnih državnih organa u turističkim zemljama, i u sektoru turističke privrede. Od strane UNWTO krajem januara ove godine procijenjeno je da bi međunarodni turizam mogao da bude veći za 3 do 4% u poređenju sa prethodnom godinom. Predviđen je brži rast turističkog prometa u regionima Afrike, Srednjeg istoka i Azije, i nešto sporiji rast u Evropi i Americi. Ovaj optimizam proizilazi iz procjene da će okruženje u svijetu biti povoljnije za međunarodni turizam gdje će doći do povećanja društvenog proizvoda u svijetu za 3,1% i to za 1,3% u razvijenim zemljama i 5,1% u zemljama u razvoju. Kada je u pitanju rješavanje pitanja nezaposlenosti, ne očekuju se neka vidljivija poboljšanja u odnosu na prethodnu godinu. Ne očekuje se rast inflacije kao ni povećanje kamata na kredite, kao i veće oscilacije u pogledu rasta cijena nafte. Može se očekivati pozitivan uticaj održavanja Zimskih olimpijskih igara u Kanadi kao i održavanje Svjetskog fudbalskog prvenstva u Južnoj Africi. Kada je u pitanju djelovanje faktora van ekonomske prirode procjenjuje se da će uticaj nepovoljne atmosfere stvorene oko virusa gripa A(H1N1) biti nešto manji u odnosu na prethodnu godinu, ali ga ne bi trebalo zanemariti.<sup>4</sup>

### 5. BUDUĆNOST RAZVOJA MEĐUNARODNOG TURIZMA U SVJETLU DJELOVANJA EKONOMSKE KRIZE

Svjetska turistička organizacija je još prije nekoliko godina usvojila zvanični stav vezano za očekivane rezultate u međunarodnom turizmu do 2020. godine. Vezano za buduća predviđanja razvoja turizma, neophodno je analizirati faktore koji bi mogli da deluju sa stanovišta djelovanja ekonomske krize i mogućim dugoročnim posljedicama. U cilju dobijanja uvida u zvanična predviđanja UNWTO vezano za razvoj međunarodnog turizma dat ćemo sljedeća dva prijedloga:

<sup>208</sup> Unković, S. I Zečević, B. Ekonomika turizma, 20. Beograd, 2009.



Slika 3. Zvanična predviđanja UNWTO za period do 2020. godine

<sup>4</sup> World Tourism Barometer, Volume 8, No. 1 January 2010, Madrid 2010.

|                              | Bazna godina 1995 | Predviđanja |       | Prosječan godišnji rast u % 1995-2020 | Udio tržišta % |      |
|------------------------------|-------------------|-------------|-------|---------------------------------------|----------------|------|
|                              |                   | 2010        | 2020  |                                       | 1995           | 2020 |
| Ukupno                       | 565,4             | 1.006       | 1.541 | 4,1                                   | 100            | 100  |
| Afrika                       | 20,2              | 47          | 77    | 5,5                                   | 3,6            | 5,0  |
| Amerika                      | 108,9             | 190         | 282   | 3,9                                   | 19,3           | 18,1 |
| Istočna Azija i Pacifik      | 81,4              | 195         | 397   | 6,5                                   | 14,4           | 25,4 |
| Evropa                       | 338,4             | 527         | 717   | 3,0                                   | 59,8           | 45,9 |
| Srednji Istok                | 12,4              | 36          | 69    | 7,1                                   | 2,2            | 4,4  |
| Južna Azija                  | 4,2               | 11          | 19    | 6,2                                   | 0,7            | 1,2  |
| Međunarodna putovanja        | 464,1             | 791         | 1.183 | 3,8                                   | 82,1           | 75,8 |
| Interkontinentalna putovanja | 101,3             | 216         | 378   | 5,4                                   | 17,9           | 24,2 |

Tabela 1. Zvanična predviđanja UNWTO za period od 2020. godine po regionima u broju međunarodnih turista (u milionima)

Analizirajući dosadašnje ostvarene rezultate kao i data predviđanja od strane UNWTO moguće su određene korekcije, u tom smislu da prosječna godišnja stopa rasta bude negdje oko 3,3 do 3,5%, kada je u pitanju broj turista. Kada je u pitanju turistička potrošnja onda se očekuje stopa rasta od 4 do 5% što znači da je oko 2 puta veća u odnosu na očekivane rezultate do kraja ove godine. Dakle u pogledu regionalne strukture može se očekivati stagnacija Evrope i Sjeverne Amerike, a dinamičniji razvoj turizma ostalih regiona.

### ZAKLJUČAK

Činjenica da turizam pored radno-intenzivne djelatnosti, poprima i obilježja na znanju zasnovane djelatnosti i podliježe jakoj međunarodnoj konkurenciji, povećava interes za istraživanja u ovom području. Razlog tome su promjene trendova u svjetskim turističkim kretanjima. Treba istaći da je turizam u relativno kratkom vremenskom razdoblju postao globalni fenomen i najmasovnija pojava u svjetskim relacijama. Turizam je jedna od najvažnijih komponenti međunarodne trgovine i s pravom se svrstava na treće mjesto u svijetu, iza naftne i hemijske industrije. Razlozi zbog kojeg nacionalne ekonomije teže razvoju turizma kao izvoznoj industriji su sljedeći: Kreiranje novih industrija, uticaj na zaposlenost, porast urbanizacije, multiplikativni efekti turizma, povećanje zarade država u bilansu plaćanja i ubrzanje razvoja nacionalnih ekonomija.

Najznačajnije učešće u međunarodnom turizmu imaju privredno najrazvijenije zemlje svijeta, zahvaljujući nivou privredne razvijenosti, životnom standardu stanovništva, uticaju mjera socijalne i ekonomske politike, obrazovnog i kulturnog nivoa, stepenu motorizacije i urbanizacije. Pored pomenutih faktora na razvoj međunarodnog turizma imale su i mjere preduzimane u turističkim zemljama koje su uticale na povećanje obima i kvaliteta turističke

privrede za zadovoljenje potreba stranih turista, kao i kompleksne mjere turističke politike preduzimate od strane države.

**LITERATURA**

- [1] Klajić, B. Rječnik stranih riječi A-Ž; Nakladni zavod MH; 1987; str.75
- [1] 2.Senejčić, J. Vukonić, B. Marketing u turizmu, mikrorad 1997. godina
- [2] 3.Unković, S. I Zečević, B. Ekonomika turizma, 20. Beograd, 2009.
- [3] 4.World Tourism Barometer, Volume 8, No. 1 January 2010, Madrid 2010.
- [4] 5.Biederman, P.S. Travel and Tourism, New Jersey, US, 2008.
- [5] 6.Hall, D. Smith, M. i Marciszweska, B. Tourism in the New Europe, Cambridge,2006
- [6] 7.UNWTO, Global Forecast and Profiles of Market Segments: Tourism 2020.