

Марко Шанић¹

Брано Маркић²

Сања Бијакшић³

Туризам и привредни опоравак

Tourism and economic recovery

Резиме

Сектор туризма у БиХ има позитивне трендове у свим битним показатељима раста у посљедњих десет година, међутим још увијек постоји огроман простор за даље коришћење његовог потенцијала. Са својим природним богатствима и потенцијалом за туризам на отвореном, богатом природном и културном баштином, добрим географским положајем, међународно познатим манифестацијама, изврсном гастрономском понудом по прихватљивим цијенама и статусом још увијек непознатог туристичког одређишта за главна емитивна тржишта, БиХ има све предиспозиције за изузетно успјешан туризам.

Туризам је засигурно јако значајан извор девизних средстава, те се управо из тог разлога сврстава у извозне гране које се фаворизују. За земље које су се, прије свега, издвојиле као значајне рецептивне туристичке земље на међународном туристичком тржишту, девизни прилив од туризма представља најважнију ставку прихода у платном билансу и веома снажан фактор укупног развоја привреде.

¹ Свеучилишна клиничка болница Мостар, davidsantic@gmail.com

² Свеучилиште у Мостару, Економски факултет Мостар, branom@sve-mo.ba

³ Свеучилиште у Мостару, Економски факултет Мостар, sanja.bijaksic@sve-mo.ba

Туризам представља изузетно важну компоненту националне економије. Сектор је чији се значај не може прецизно квантификовати управо зато што је повезан са скоро свим аспектима друштва. Једна од основних функција туризма је што директно и индиректно утиче на раст бруто домаћег производа. Упоредо са јачањем његовог економског аспекта подстиче се запошљавање, утиче на отварање нових радних мјеста што се одражава на побољшање општег животног стандарда. На јединствен начин подстиче развој неких од комплементарних дјелатности и доприноси укупном БДП-у.

Кључне ријечи: туризам БиХ, биланси биланс, националан економија, запошљавање, бруто домаћи производ.

Summary

Tourist sector in BiH has positive trends in all important growth indicators in the past decade, however, the space for using further its potential is still huge. With its natural resources and potential for outdoors tourism, rich natural and cultural heritage, good geographic location, internationally known events, excellent cuisine for reasonable prices and status of a still unknown tourism destination for main tourist generating markets, BiH has all predispositions for exceptionally successful tourism.

Tourism is, certainly, a very important source of foreign exchange and for this reason is classified in favored export industries. For countries which, first of all, are outstanding as significant receptive tourism countries on the international tourism market, foreign exchange inflow from tourism represents the most important item of revenue in the balance of payment and a very strong factor in overall economic development.

Tourism is an extremely important component of the national economy. It is a sector whose importance cannot be quantified precisely since it is related to almost all aspects of the society. One of the basic functions of tourism is its direct and indirect impact on the growth of gross domestic product. Along with the strengthening of its economic aspect the employment is being encouraged, affects creating new jobs which is reflected in the improvement of general standard of living. In a unique way it encourages development of other complementary activities and contributes to the overall GDP.

Keywords: tourism BiH, balance of payment, national economy, employment, gross domestic product,

1. Увод

Туризам је данас постао једна од значајних привредних грана у појединим земљама као и главни извор прихода милиона људи у Европи и свијету. Када се говори о одрживости туризма, то свакако подразумијева очување, али и обогаћивање културног и природног наслеђа свијета. Допринос туристичке индустрије економском развоју је све већи, што се рефлектује кроз отварање нових радних мјеста и унапређење локалног развоја.

Ови, као и многи други разлози, туризму би требали дати мјесто које заслужује нашу бригу и пажњу.

Као што можемо видјети у пракси, туризам је преузео водећу улогу у одрживом економском развоју цијелих региона. Тренутно су перспективе и потребе туризма у Европи и широм свијета огромне и изазовне са све већом конкуренцијом, повећањем потреба потрошача за специјализованим туризмом и потребом за успјешнијом праксом која поштује питања животне средине.

Туризам представља изузетно важну компоненту националне економије. Сектор је чији се значај не може прецизно квантификовати управо зато што је повезан са скоро свим аспектима друштва. Једна од основних функција туризма је што директно и индиректно утиче на раст бруто домаћег производа. Упоредо са јачањем његовог економског аспекта, подстиче се запошљавање, утиче на отварање нових радних мјеста, што се одражава на побољшање општег животног стандарда. На јединствен начин подстиче развој неких од комплементарних дјелатности и доприноси укупном БДП-у.

Код сагледавања значаја туризма за једну земљу, важно је разликовати домаћу од стране туристичке потрошње, због разлике у економским учинцима који из њих произлазе. Код домаће туристичке потрошње, ради се о прерасподјели оствареног дохотка стеченог у једној економији, док се код стране туристичке потрошње ради о прелијевању дохотка из једне економије у другу, што директно утиче на раст БДП-а. Због тога се у овом раду већи акценат ставља на приходе од страних туриста.

2. Трендови међународног туристичког тржишта

Још крајем прошлог вијека, међународни туризам у свијету досегнуо је изузетно високу разину. Учешће од 657 милијуна страних туриста у 1999. години и њихова укупна потрошња од 455 милијарди USA долара (Tourism Market Trends, 2006 Edition – Annex) само су дио онога што потврђује напријед наведену чињеницу.

У расподјели међународног туризма у свијету главно мјесто припада регијама Европа, Америка, Азија и Пацифик.

Године 1999. укупан туристички промет ове три регије био је 93,1% свјетског туристичког промета. Европска регија у оквиру свјетског туризма те године заузима прво мјесто са 58,7% укупног туристичког промета. Учесће регије Америке било је на нивоу 19,3% укупног туристичког промета, док је регија Азија и Пацифик узимала 15,1% укупног туристичког промета. Остале регије, Африка са 4,2% и Средњи исток са 2,7% узеле су изузетно скромно учествовање у укупном свјетском туристичком промету (Dobre, 2005, str. 67-68).

Повољни трендови развоја међународног туризма у свијету датирају још од 1950. године, а приказани су у Табели број 1. Трендови развоја међународног туризма настављени су и у посљедњем десетљећу.

Табела 1.

Међународни туристички доласци у свијету и укупна потрошња

Година	Број страних туриста у милионима	Туристичка потрошња у милијардама USA
1950.	25,30	2,10
1960.	69,30	6,87
1965.	112,90	11,60
1970.	165,80	17,90
1975.	222,30	40,70
1980.	286,00	105,32
1985.	327,19	118,08
1990.	458,23	268,92
1995.	565,50	405,11
1999.	657,00	455,00
2000.	677,00	475,80
2005.	807,00	679,00
2010.	949,00	970,00
2011.	995,00	1.042,00
2012.	1.035,00	1.075,00

Извор: Прилагођено према: Tourism Market Trends, 2006 Edition – Annex i UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition,

У програмском језику R⁴ довољно је написати неколико интуитивних наредби које омогућују визуализацију односа између броја туриста и туристичке потрошње по годинама.

Наредба (а)

> library(RODBC)

⁴ R програмски је бесплатан и налази се на УРЛ адреси <http://r-project.org/>. Једноставно се инсталира и покретањем се учитава 20-ак стандардних пакета (за матрице, графику, линеарне моделе итд.).

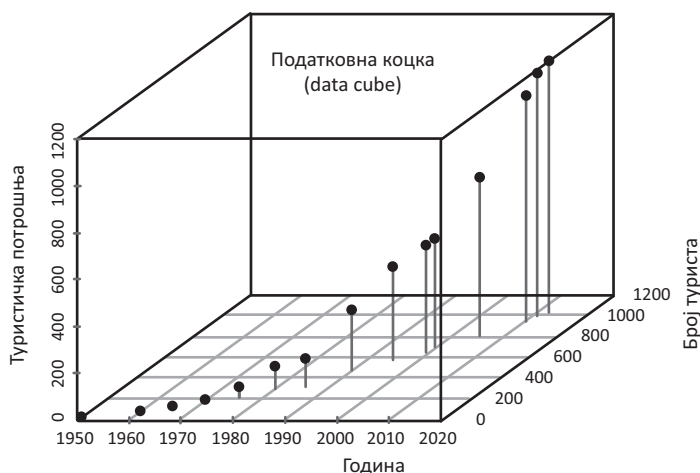
```

> library(scatterplot3d)
> conn = odbcConnectExcel("Tur.xls")
> dfT = sqlFetch(conn, "Sheet1")
> X<-dfT$Godina
> Y<-dfT$Broj_turista
> Z<-dfT$Turistička_potrošnja
> scatterplot3d(X, Y, Z, pch=16, type="h", main="Data cube", xlab="Godina",
ylab="Broj turista", zlab="Turistička potrošnja")

```

Слика 1.

Туристичка потрошња и број туриста у раздобљу 1950-2012.



Извор: Истраживање аутора

Могуће је приказати и функцију тренда $Y = -33524.28 + 17.2 * X$, а она показује промене у броју туриста у времену за раздобље 1950-2012.

Наредба (δ)

```
> trendBT<-lm(Y~X)
```

```
> abline(trendBT)
```

```
> trendBT
```

Call:

```
lm(formula = Y ~ X)
```

Coefficients:

```
(Intercept)      X
-33524.28      17.12
```

Линија тренда која најбоље апроксимира податке из Табеле 1 је линеарна функција $Y = -33524.28 + 17.2 * X$, гдје је Y број туриста, а X година за коју се процјењује њихов број.

Прогноза броја туриста у годинама за раздобље 2013-2016. може се извести из једноставне функције тренда помоћу наредбе:

Наредба (ц)

```
> Y2013=-33524.28+17.2*(2013:2016)
```

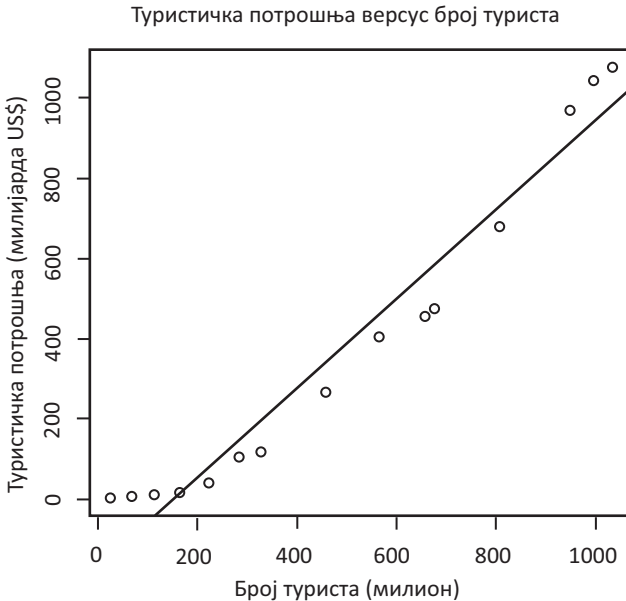
```
> Y2013
```

```
[1] 1099.32 1116.52 1133.72 1150.92
```

Нарочито је занимљива веза између броја туриста и туристичке потрошње приказана на следећој слици:

Слика 2.

Туристичка потрошња у односу на број туриста у раздобљу 1950-2012.



Извор: Истраживање аутора

Довољно је написати двије интуитивне наредбе у језику R које визуелизују односе између нивоа потрошње и броја туриста:

Наредба (д)

```
> plot(Y,Z,main="Turistička potrošnja versus broj turista",xlab="Broj turista (milijun)",ylab="Turistička potrošnja (milijarda US$)")
```

```
> abline(trendBP)
```

Истом логиком се може приказати и линија регресије која у облику линеарне функције приказује однос између те двије варијабле:

Наредба (е)

```
> trendBP<-lm(Z~Y)
```

```
> trendBP
```

Call:

```
lm(formula = Z ~ Y)
```

Coefficients:

```
(Intercept)      Y
```

```
-163.493      1.105
```

Линија регресије која најбоље апроксимира податке из Табеле1, јесте линеарна функција $Y = -163.493.28 + 1.105 * X$, гдје је Y туристичка потрошња у милионима.

Прогноза туристичке потрошње на темељу прогнозираног броја туриста за раздобље 2013-2016. може се предвидјети примјеном сљедећих наредби у језику R :

Наредба (ф)

```
> T=c(1099.32, 1116.52, 1133.72, 1150.92)
```

```
> Z=-163.493+1.105*T
```

```
> Z
```

```
[1] 1051.256 1070.262 1089.268 1108.274.
```

За 2016. годину, укупна потрошња се може процијенити на 1108,274 милијарди US\$.

Период 2000-2005. карактерише пораст свјетског туристичког промета приближно 3,5% просјечно годишње, а пораст укупног туристичког прихода приближно 8,6% просјечно годишње. Такав тренд се наставља и у раздобљу 2005-2012. (UNWTO, 2013).

Предвиђања Свјетске туристичке организације за раздобље 2000-2010. су се у потпуности остварила, те њихова предвиђања за 2020. и 2030. годину (приказана у Табели 2) укупних туристичких долазака, могу се сматрати реалним.

Табела 2.

Предвиђања Свјетске туристичке организације у укуним туристичким доласцима у 2020. и 2030. години

Р.бр.	Регија	Укупни туристички доласци у милионима 2020.	Укупни туристички доласци у милионима 2030.
1	Свијет	1360	1809
2	Европа	620	744
3	Азија и Пацифик	355	535
4	Америка	199	248
5	Африка	85	134
6	Средњи исток	101	145

Извор: UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition,

Пораст мобилности туриста је глобално обиљежје. Та чињеница је изазов туристичким субјектима и они се морају прилагодити захтјевима растуће туристичке потражње.

Иако је већ у протеклом раздобљу туристичког развоја у међународном туризму настао велик број концентрисаних предузећа, може се закључити да је глобализација у туризму појава новијег датума, позната као мегатренд савременог туристичког тржишта (Pavlić, 2004, str. 215).

На страни туристичке потражње долази до структурних измјена туристичких потреба, а носиоци туристичке понуде имају тенденцију интеграције, те тежећи већој конкурентности све више се одлучују за придруживање свјетским групацијама.

Дугорочне промјене, већ данас, а нарочито ће то бити у будућности, дају туризму сасвим ново свјетло и самим тим проширују, квантитативно и квалитативно, његов садржај.

3. Основне функције туризма и његови економски утицаји на привреду

Многобројне су функције које карактеришу савремени туризам. Оне су у значајној мјери и повезане, тако да можемо говорити о функционалној повезаности, односно широком дјеловању туризма на привредни и друштвени живот.

У литератури наилазимо на неколико различитих систематизација функција туризма.

Функције туризма дијеле се на: (Pirjevec i Kesar, 2002, str.158-160)

- конверзијска функција (способност туризма у претварању непривредних ресурса у привредне),

- индуктивна функција (квантитативно и квалитативно кретање укупне производње усмјерене на потребе туризма),
- мултипликативна функција (прелијевање бруто вриједности из дјелатности у дјелатност, покрећући нове привредне активности),
- акцелераторска функција (туризам развија одређена подручја брже од других привредних дјелатности),
- извозна функција (знатан извор девизних средстава),
- функција уравнотежења робно – новчаних односа (велик пласман робе и услуга, те прилив великих количина новца у националну привреду),
- функција потицања развоја неразвијених подручја (развој привредних активности туризма на природним ресурсима која другим секторима није пословно занимљива)
- функција запошљавања (запошљавање радне снаге с недовољним квалификацијама, женске радне снаге, запошљавање у приватном сектору).

Надаље, функције туризма могуће је подијелити на: (Dobre, 2005, str.53)

- примарне или економске функције (утицај туризма на привреду, на друштвени производ и национални доходак, на платни биланс, на запошљавање, на бржи развој неразвијених подручја),
- посљедичне или некономске функције (здравствена, забавна, културна, социјална и политичка функција)

Још прије 70-ак година теоретичари Хунзикер и Крапф појаснили су утицај туризма на националну економију. Успјели су доказати како зависно од улазних и излазних туристичких токова, туризам може имати и позитивне, али и негативне ефекте на обим националног дохотка. Туризам утиче на прерасподјелу националног дохотка у свјетским оквирима, али такође и на прерасподјелу дохотка међу секторима и компанијама на нивоу националне економије (Sharpley & Telfer, 2002, pp.89-90). Тако се, још од тада многи теоретичари баве анализом различитих економских утицаја туризма на националну економију. Темељ за анализу и спознају економских утицаја туризма на националну економију јесте, свакако, туристичка потрошња. Савремена економска теорија у истраживању утицаја и доприноса туризма привредном развоју увијек полази од туристичке потрошње, јер као “резултат ове потрошње настају одређени економски ефекти на привреду, како земље и подручја из којих туристи долазе тако и оних земаља и места која туристи посећују (Унковић и Зечевић, 2006, стр.39).

У домаћој и страној литератури могу се наћи различите класификације за сагледавање економских ефеката туризма на привреду. Једна од најчешће коришћених у домаћој литератури јесте подјела на директне и индиректне

ефекте на привреду (Унковић, Зечевић 2006, стр. 39). Према овој подјели се као најважнији директни утицаји туризма на привреду наводе:

- утицај на друштвени производ и национални доходак,
- утицај на развој привредних дјелатности туристичке привреде,
- утицај на платни биланс,
- утицај на запосленост становништва,
- утицај на инвестиције (инвестициону активност и структуру инвестиција) и
- утицај на бржи развој недовољно развијених земаља и подручја.

Када говоримо о индиректним утицајима туризма на привреду, у првом реду мислимо на чињеницу како новчана средства која се троше у некој земљи узрокују активности у дјелатностима које су посредно повезане с туризмом у тој земљи (индустрија, грађевинарство, пољопривреда и сл.).

Код мултипликативних утицаја, потрошња новчаних средстава коју остваре страни туристи има дјеловање на тај начин да су таква средства додатна средства која имају умножене ефекте на националну економију. У наставку ће се покушати образложити неки од најзначајнијих и најчешће спомињаних директних економских ефеката туризма на привреду.

3.1. Утицај туризма на друштвени производ и национални доходак

Теоретичари се углавном слажу како туризам није тај који ствара друштвени производ и национални доходак, али туристичка потрошња и посредно и непосредно утиче на друштвени производ и национални доходак.

Посредни утицај туристичке потрошње на друштвени производ и национални доходак огледа се у потицању развоја области материјалне производње која је у улози добављача туристичке привреде, док се непосредни утицај огледа у прелијевању дохотка из других земаља. Непосредан утицај туризам остварује преко промета страних туриста преко кога се, посредством остварене иностране туристичке потрошње, врши директно прелијевање иностране акумулације у туристичке дестинације и привреду посјећене земље. То је разлог велике заинтересованости земаља за развој иностраног туризма и његова кључна предност у односу на домаћи туризам.

Како је туризам услужна дјелатност, он не ствара материјална добра, а самим тим ни друштвени производ у смислу како га на примјер ствара нека производа дјелатност. Ако се ради о домаћем туризму, онда на дјелу имамо прерасподјелу дохотка са једног на друго подручје унутар државе.

Ако се, пак ради о иностраном туризму, онда финансијска средства које уносе странци имају директни утицај на повећање друштвеног производа

и националног дохотка. Тај доходак створен негдје вани и путем туризма прелијева се у нашу економију.

Основно настојање у привреди јесте да се оствари већи извоз од увоза, па тако и у туристичкој привреди.

3.2. Утицај туризма на платни биланс

У литератури се неријетко наводи како се утицај туризма на националну економију првенствено осјети кроз платни биланс земље, те како је ово једна од најзначајнијих економских функција туризма.

Туризам је сигурно јако значајан извор девизних средстава, те се управо из тог разлога сврстава у извозне гране које се фаворизују. За земље које су се, пре свега, издвојиле као значајне рецептивне туристичке земље на међународном туристичком тржишту, девизни прилив од туризма представља најважнију ставку прихода у платном билансу и веома снажан фактор укупног развоја привреде. Туристички биланс у ужем смислу може се дефинисати као дио платног биланса земље, који, на страни активе, обухвата све приходе који се реализују од иностраних туриста (“невидљиви” извоз), а на страни пасиве све издатке везане за путовање домаћег становништва у иностранство (“невидљиви” увоз) (Dobre, 2005, str. 57). Пожељна је позитивна разлика између “невидљивог” увоза и “невидљивог” извоза. Управо она јача платни биланс земље и омогућава располагање девизним средствима за побољшање њеног укупног платног биланса. Ова специфична врста извоза има неке предности у односу на класични извоз робе и услуга: (Sharples & Telfer, 2002, pp. 89-90).

- Нека роба која је тешко или никако предмет размјене у оквиру међународне трговине као што су природне и културне или социјалне атрактивности земље, може бити вредноване кроз туризам.
- Неки производи су “извезени” тако што су продати страним туристима који су посјетили земљу.
- Извоз путем продаје страним туристима резултира високим профитом, не само због виших цијена, него и због чињенице да су у овом случају и трошкови нижи.
- Неки кварљиви производи који се продају туристима у земљи, могу једноставно да не одговарају за извоз због недовољно развијене инфраструктуре и управљања извозним токовима.

Имајући на уму ове предности, туризам се сматра као релативно јефтин, а лак начин зараде девизних средстава неопходних за инвестирање у развој. Данас, када су многе земље свијета суочене са проблемима дефицита платног биланса, међународни туризам може помоћи у смањењу тих проблема

и допринијети осигурању финансијских ресурса потребних за економски и друштвени развој.

3.3. Утицај туризма на запосленост

Развој туризма у одређеном подручју пружа значајне могућности за запошљавање како у туристичкој дјелатности, тако и у дјелатностима које прате туристичку привреду.

У туризму се запошљавају радници различитих струка и степена стручности (од куvara, конобара и собарица, до менаџера и врхунских специјалиста).

Ипак, овдје је присутан један специфичан проблем који баш и није честа појава у другим привредним дјелатностима.

Сезонски карактер туристичког пословања подразумијева потребу додатног запошљавања сезонске радне снаге која за туристичку привреду ствара одређене проблеме:

- потешкоће у проналаску квалификоване радне снаге у одређеном временском раздобљу;
- туристички пословни процес у сезони одвија се непрекидно током цијелог дана, те на тај начин ствара проблеме као што су продужени рад, ускраћивање потребног одмора и сл., а на крају, по правилу, резултира конфликтним ситуацијама, професионалним болестима и другим поврећајима;
- мотивација сезонских радника врло је упитна самим тим што након сезоне напуштају привремено запослење.

Развој туризма као дјелатност која је високо радно-интензивна могла би у значајнијој мјери повећати запослености и тако допринијети решавању дијеле проблема незапослености, који у данашње вријеме постаје један од највећих проблема многих економија.

Када се говори о утицају туризма на запосленост, најчешће се спомињу двије врсте запослености: директна запослености и индиректна запосленост.

Директна запосленост односи се на запосленост у дјелатностима које су директно повезане и зависе од туризма, те индиректна запосленост која се односи на запосленост у дјелатностима које су посредно повезане са туризмом и остварују значајне користи од њега.

Туризам се сматра индустријом која нуди најбоље могућности за економски раст и креирање запослености. Међутим, улога и утицај туризма на запослености, а тиме и сам развој, варира значајно према обиму, карактеру и степену развоја и релативне важности туристичке индустрије у појединачној земљи или дестинацији.

Позитиван утицај туризма на запосленост је, као и остали позитивни економски ефекти, израженији су код групе земаља које се истичу као значајно рецептивне туристичке земље. Ако узмемо Хрватску, као нама ближи примјер, учешће запослености у дјелатности хотели и ресторани у укупној запослености је у 2005. години, на основу спроведеног анкетног истраживања о радној снази, износило је 5,4%, док је тај проценат учешћа у истој години у Кипру износио 8,3%, у Малти 7,4%, у Шпанији 7,1%, у Грчкој 6,9% итд. (Vizek, 2008, str.58).

4. Утицај туристичке индустрије на привреду Босне и Херцеговине

Сектор туризма у Босни и Херцеговини има позитивне трендове у свим битним показатељима раста у посљедњих десет година, међутим још увијек постоји огроман простор за даљње коришћење његовог потенцијала. Са својим природним богатствима и потенцијалом за туризам на отвореном, богатом природном и културном баштином, добрим географским положајем, међународно познатим манифестацијама, изврсном гастрономском понудом по прихватљивим цијенама и статусом још увијек непознатог туристичког одређишта за главна емитивна тржишта, Босна и Херцеговина има све предиспозиције за изузетно успјешан туризам.

Једно од кључних питања за процјену стварног потенцијала овог сектора је недостатак релевантних и међународно признатих и стандардизираних статистичких података, што је и главни разлог за проблеме који се односе на утврђивање утицаја и важности сектора туризма за цјелокупну босанскохерцеговачку економију. Успркос томе, постоји једногласан консензус свих заинтересованих страна у вези са потенцијалом туристичког сектора. Такође је препознато да постоји неколико области које могу бити драстично побољшане, чиме би се створила основа за успјешно остваривање пуног капацитета сектора туризма у будућности.

USAID је кроз пројекат FIRMA (*Fostering Interventions for Rapid Market Advancement*) у фебруару 2013. године сачинио студију Изгледи босанскохерцеговачке индустрије у 2013. години - Сектор туризма. Ова студија, поред осталог, даје кључне показатеље туризма у БиХ кроз одређене анализе.

Прва анализа јесте анализа долазака и ноћење туриста у Босни и Херцеговини у периоду 2000 – 2011. гдје се истиче како је сектор туризма још увијек у раној фази развоја мјерено према службеним подацима који приказују његов удио у БДП-у БиХ и запошљавању у смислу укупног прихода и броја туристичких долазака/ноћења у земљи.

Према подацима Агенције за статистику БиХ, укупни службени број туристичких долазака у 2012. години достигао је 747.827, док број ноћења износи преко 1,6 милиона. У 2013. за првих 9 мјесеци остварено је 653.991 туристичких долазака са преко 1,4 милиона ноћења.

Табела 3.

Доласци и ноћења туриста у БиХ у периоду 2008-2013.

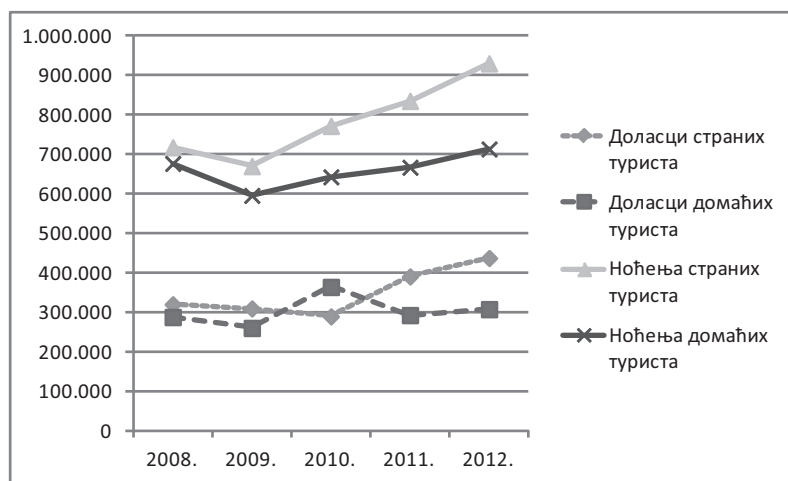
Година	Доласци страних туриста	Доласци домаћих туриста	Ноћења страних туриста	Ноћења домаћих туриста
2008.	321.511	289.306	718.750	677.735
2009.	310.942	261.692	671.128	597.045
2010.	290.879	365.454	772.754	643.937
2011.	391.945	294.203	836.005	668.200
2012.	438.585	309.242	931.081	714.440
2013.	421.511	232.480	890.261	537.732

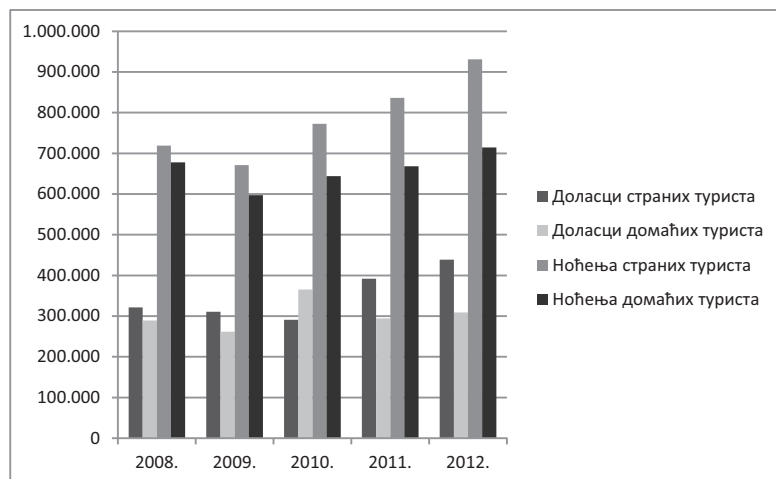
Извор: Прилагођено према: Агенција за статистику БиХ

Када пак погледамо период 2008 – 2013 (Табела 3) можемо примјетити како је и у погледу туристичких долазака, али у погледу остварених ноћења присутан тренд раста, изузев изразито рецесијске 2009. када је остварен пад долазака од 6,3% и пад остварених туристичких ноћења од 9,2%. Тренд раста и по туристичким доласцима и по оствареним туристичким ноћењима настављен је и у периоду 2010- 2013.

Слика 3.

Хисторограм и дијаграм броја доласка домаћих и страних туриста у БиХ у периоду 2008-2012.





Извор: Истраживање аутора

Функција тренда која добро апроксимира податке је:

Број ноћења = $34.143 \cdot X^2 - 131.46 \cdot X + 1464.6$, при чему је коефицијент детерминације $R^2 = 0.8994$.

Сада се могу прогнозирати бројеви ноћења (у хиљадама) за следеће четири године примјеном наредбе:

Наредба (г)

```
> X<-c(6:9)
```

```
> brojNocenja=34.143*X^2-131.46*X+1464.6
```

```
> brojNocenja
```

```
[1] 1904.98 (2013. година) 2217.38 (2014. година) 2598.07 (2015. година)
3047.04 (2016. година)
```

```
conn = odbcConnectExcel("Turist.xls")
```

```
dfTb = sqlFetch(conn, "Sheet4")
```

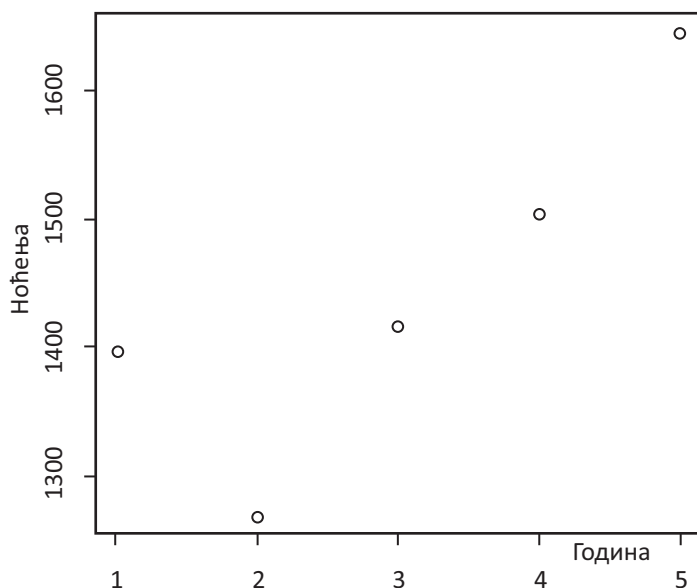
```
Godina<-dfTb$Godina
```

```
Nocenja<-dfTb$Noćenja
```

```
plot(Godina,Nocenja)
```

Слика 4.

Пројноза ноћења у хиљадама за период 2012 – 2016.



Извор: Истраживање аутора

Потребно је нагласити да службени статистички подаци о укупном броју долазака и ноћења представљају само формално евидентиране показатеље туристичког сектора, те да још увијек постоји снажан неформални дио туристичког сектора који, уколико се укључи, значајно мијења свеукупну анализу туристичког сектора набоље.

Ово је врло добро приказано у истраживању које је проведено 2007. године, под називом “Процјена туристичких посјета БиХ”, *USAID Cluster Competitiveness Activity (CCA)*, у којој је јасно указано на огроман јаз који постоји између службених статистика и стварних бројки које се односе на укупне посјете и ноћења страних туриста на годишњем нивоу. У оквиру овог истраживања израђена је методологија на темељу конзервативних претпоставки у циљу одређивања реалнијих бројки које се односе на посјете страних туриста. Методологијом су обухваћене главне категорије страних туриста који су искључени из службених статистика, попут туриста из дијаспоре, туриста излетника, те туриста који користе нерегистровани смјештај, као што су пансионери или хостели. Резултати истраживања показују да је стварни број долазака страних туриста на годишњем нивоу био неколико пута већи него што то показују службене статистике.

Табела 4.

Пројена броја туристичких долазака у БиХ у 2006.

Категорије туриста	Процијењени доласци
Страни туристи у комерцијалном смјештају	600.000,00
Дневни излетници	490.000,00
Дијаспора	498.000,00
Укупно	1.588.000,00

Извор: Прилагођено према: Агенција FIPA

Коначно, све ово наводи на закључак како је укупан број туристичких посјета Босни и Херцеговини скоро четири пута већи него што је наведено у службеним статистичким подацима.

На примјер, процијењује се да само вјерски туризам као један од видова туризма привлачи скоро милион туриста сваке године у Маријанско светиште Међугорје у Херцеговини, те како је само мали дио ових долазака и ноћења уврштен у службене статистичке податке.

То у стварности значи да службено доступни подаци у значајној мјери потцјењују укупни утицај и важност туристичке индустрије у БиХ.

WTTC, као једна од водећих туристичких организација, је такође изрдила властиту методологију за процијену стварног економског утицаја туризма кроз тзв. директни, индиректни и индуцирани утицај туризма. Кроз своје годишње извјештаје, WTTC указује на важност сектора путовања и туризма не само по основу његовог директног утицаја на цјелокупну економију неке земље, већ и по основу његовог индиректног утицаја. Одјељење за статистику УН-а одобрио је методологију *саићелићкој рачуноводсћива иуризма*, на основу које се квантификује само директни допринос индустрије, док WTTC препознаје да је укупни утицај овог сектора много већи, те је у својим годишњим истраживањима, усмјерен на приказивање индиректног и индуцираног утицаја овог сектора.

Сходно томе, постоји и годишњи извјештај за БиХ у којем WTTC даје неке основне податке о утицају босанскохерцеговачког туризма на њену привреду: (WTTC, 2012)

- Директан допринос туризама у БДП-у 2011. је 533,4 милиона КМ (2,0 % БДП-а) а прогноза је како ће у 2012 порастати за 1,8% - 542,9 милиона КМ.
- Очекивања су како ће директан допринос туризама у БДП-у растати за 5,9 % годишње, те ће у 2022. достићи ниво од 963,7 милиона КМ (2,2% БДП-а).

- Туризам директно генерише 21.000 радних мјеста у 2011. (1,8 % од укупног броја запослених), а прогноза је како ће остати на истом нивоу у 2012.

Нешто што је много важније за привреду Босне и Херцеговине, јесте да укупни допринос сектора туризма подразумемијева и његов индиректни и индуковани утицај на економију.

Индиректни допринос укључује БДП и нова радна мјеста, повезана са потрошњом инвестиција у сектору туризма, што подразумемијева инвестиционе активности попут куповине новог авиона и изградње нових хотела, док се под “колективном” потрошњом подразумемијева потрошња у име “заједнице у цјелини”, а то укључује туристички маркетинг и промоцију, авијацију, управу, безбједносне службе, комуналне услуге у оквиру одмаралишта и слично.

Индуковани допринос БДП-у и отварању повезаних нових радних мјеста процјењује се на основу потрошње оних који су директно или индиректно запослени у сектору туризма и путовања.

Према службеним статистичким подацима, очигледно је да посљедњих година посјете и ноћења страних туриста у БиХ показују снажнији позитивни тренд са просјечном двоцифреном стопом раста, док посјете и ноћења домаћих туриста током посљедњих пет година показују знакове стагнације. Надаље, укупни број посјета страних туриста чини више од 50% (55% у 2012. години) свих туристичких посјета у БиХ. Више од 60% свих посјета страних туриста отпада на туристе из 10 земаља, при чему је само једна од њих земља изван Европе (САД, на десетом мјесту). Сусједне земље, Хрватска и Србија, имале су доминантан удио (27%) у укупном броју посјета страних туриста у 2012. години, а заједно са Словенијом, која је традиционално усмјерена на БиХ као своје важно извозно тржиште, ове три земље чине значајних 40% удјела свих посјета страних туриста.

Друге три земље, Италија, Турска и Пољска, биљеже развој снажног и стабилног тренда годишњег раста посјета у протекле три године. Слична структура главних извозних тржишта, такође се огледа и у показатељу ноћења страних туриста у БиХ. Истих 10 земаља и даље доминира као главно тржиште, а то нас доводи до значајног закључка да је просјечан боравак гостију у БиХ на веома ниском нивоу, тек нешто изнад два дана по госту.

Иако је овај позитивни тренд броја посјета сталан, просјечни боравак је и даље на релативно истом нивоу, а то указује на неспособност главних актера у босанскохерцеговачком туристичком сектору да израде програме и наведу стране госте да остану дуже у БиХ. Ипак, на овакав незадовољавајући учинак актера из приватног сектора снажно утиче, чак га и условљава, недостатак јавне стратегије и улагања у развој туристичког производа, те

недостатак промоције и маркетинга на међународним тржиштима у циљу привлачења потенцијалних гостију. Ово треба нагласити као кључни дугорочни стратешки циљ за сектор са директним позитивним импликацијама на пораст прихода и запошљавања у сектору.

Земље из региона – Хрватска, Србија, Словенија, Црна Гора и Македонија традиционално су оријентисане и проглашене важним стратешким гостима за туризам БиХ и чине више од 43% свих долазака и више од 41% свих ноћења страних туриста у БиХ. Овде још једном треба нагласити да подаци који слиједе садрже само службено пријављени број долазака и ноћења страних туриста.

Табела 5.

Десећ највећих емисијивних тржишта БиХ туризма у 2012.

Држава	Туристички доласци	Туристичка ноћења
Хрватска	72.587	150.814
Србија	57.380	121.639
Словенија	39.949	69183
Турска	32.502	58.968
Пољска	27.017	75.009
Италија	26.137	56.001
Њемачка	19.581	38.968
Француска	10.141	22.399
САД	9.743	20.887
Црна Гора	7.474	18.384

Извор: Прилагођено према: Агенција за статистику БиХ,

Када је ријеч о смјештајним капацитетима, више од 75% су категоризовани као хотели и мотели, иако постоји знатан број других објеката у зони сиве економије, који би, у случају да буду уврштени у анализу, значајно повећали структуру расположивих објеката. Готово 90% свих регистрованих посјета и 83% свих ноћења остварено је у хотелима и мотелима. Постоји стални тренд отварања нових објеката у свим кључним дестинацијама широм БиХ, без обзира на недостатак приступа финансирању од стране банака и јавних инвестиција. Према службеним подацима, од преко 1,6 милиона посјета у 2012. години, у БиХ је службено забиљежено само 15% попуњености укупних смјештајних капацитета. Ово је изузетно низак ниво искоришћености, недовољан да покрије основне оперативне трошкове, што указује на то да попуњеност мора бити већа.

Табела 6.

Долазак и ноћења туриста у БиХ према врсти смјештајних капацитета у 2012.

Врста смјештајних капацитета	Туристички доласци	Туристичка ноћења
Хотели	610.115	1.282.622
Мотели	59.495	100.150
Пансионери	22.410	41.644
Домаћинства	5.061	7.527
Одмаралишта	50.746	213.578
Укупно	747.827	1.645.521

Извор: Прилагођено према: Агенција за статистику БиХ,

Неке незваничне статистике и анкете показују да је стопа виша од 60%. Стога се још једном скреће пажња на хитну потребу за стандардизованим статистичким подацима како би се измјерила стварна снага сектора туризма и његов утицај на цјелокупну босанскохерцеговачку економију.

5. Закључак

Битно је да земље које имају потенцијал и ресурсе за развој туризма и желе да га искористе за свој бржи привредни развој имају у виду следеће:

Однос туризма и привредног развоја карактерише висок степен корелације, те се туризам због својих бројних позитивних ефеката на цјелокупну привредну активност може искористити као фактор бржег привредног развоја.

Утицај туризма на привредни развој конкретно се остварује преко утицаја туристичке потрошње и инвестиција намијењених туризму, на општу привредну активност и учешће у стварању друштвеног производа. Инвестиције у туризам су важна претпоставка за могућности које он пружа као елемент развојне политике.

Ефикасније коришћење туристичких потенцијала се не може постићи само посједовањем природних, културних и амбијенталних ресурса, већ је нужно континуирано инвестирати у инфраструктуру, кадар, постојеће капацитет и сл.

Када је ријеч о процјени потреба у области туризма у Босни и Херцеговини, недостатак адекватне статистике у туризму даје нереалну слику о количини новца потрошеног директно у туристичком сектору, као и у многим секторима којих се дотиче. Због овога није могуће с високом поузданошћу дефинисати кључне проблеме у овој области, нити имати увид у све позитивне помаке који се догоде послје одређених афирмативних акција. Имајући у виду горе наведено, јасно је да се намеће потреба регу-

писања области статистике туризма кроз законске оквире који ће бити и у складу са међународним прописима, те имати регулативу како на нивоу државе, тако и на нивоу ентитета. У овој области важан је и појам “статистике смјештаја”, који за основни циљ и предмет истраживања има пружање информација потребних за мјерење сезонских утицаја понуде и потражње туристичких смјештајних капацитета.

Уопштено, у овој области је неопходно и даље истрајавати на дефинисању механизма који ће омогућити прикупљање што прецизнијих квалитативних и квантитативних података на основу којих ће се моћи даље развијати посебни сегменти у области туризма. Такође, нужно је и даље усклађивање са препорукама EUROSTAT-а.

Литература

- Antunac, I. (2002). Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista. *Ekonomski pregled*, 53 (3-4).
- Dobre, R. (2005). *Osnove turizma (teorija i praksa)*. Šibenik: Visoka škola za turistički menadžment
- Pavlić, I. (2004). Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi. *Naše more*.
- Pirjevec, B. i Kesar, O. (2002). *Počela turizma*. Zagreb: Mikrorad.
- Sharpley, R.& Telfer, D. J. (2002). *Tourism and development: concepts and issues*. Channel View Publications.
- Ункових, С., Зечевић, Б., (2006). *Економика туризма*. Економски факултет: Београд.
- Vizek, M. (2008). Analiza odrednica hrvatskog turističkog sektora. *Privredna kretanja i ekonomska politika*, 18.
- USAID. (2007). *Procjena turističkih posjeta BiH*. Cluster Competitiveness Activity (CCA). Preuzeto 10.01.2014. sa: http://www.fipa.gov.ba/publikacije_materijali/brosure/TOURISM.SECTOR.24.05.2013.pdf
- Agencija za statistiku BiH. (2009). SAOPŠTENJA, I-VI,12. Preuzeto 10.01.2014. sa: http://www.bhas.ba/?option=com_saopstenje&cbgodina_saopstenja
- Agencija za statistiku BiH. (2013). SAOPŠTENJE, VII, 9. Preuzeto 10.01.2014. sa http://www.bhas.ba/?option=com_saopstenje&cbgodina_saopstenja
- USAID. (2013). *FIRMA (Fostering Interventions for Rapid Market Advancement): Izgledi BH. industrije u 2013.godini – Sektor turizma*. Preuzeto 10.01.2014. sa: <http://www.firmaproject.ba/ba/sectors/sector.aspx?id=311>
- UNWTO. (2013). *Tourism Highlights, Edition*. Preuzeto 10.01.2014. sa: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf
- Tourism Market Trends*. (2006). Preuzeto 10.01.2014. sa: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf
- WTTC. (2012). *Economic Impact 2012, BiH*. Preuzeto 10.01.2014.g. sa http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/bosnia_herzegovina2012.pdf

