

Александар Стојановић

Економски факултет Пале,
Универзитета у Источном Сарајеву,
БиХ

✉ aco_st@yahoo.com

Рад је заснован на истраживањима у
функцији израде „ Студије економске
оправданости улагања Општине
Вишеград у Андрићград “

Мартин Матијашевић

Полицијска Академија,
Београд,
Србија

МУЛТИПЛИКАТИВНИ ЕФЕКТИ ТУРИЗМА У УСЛОВИМА РЕЦЕСИЈЕ

MULTIPLIER EFFECTS OF TOURISM IN RECESSION

Резиме: Сви релевантни извори указују на високу отпорност туризма као привредне гране, чак и у условима глобалне финансијске кризе која се огледа и у привреди БиХ. Економски институт Економског факултета у Сарајеву је публикувао низ научно-истраживачких пројеката на ову тему, Институт Економског факултета у Бањој Луци израдио је Стратегију развоја туризма у Републици Српској, сајтови босанскохерцеговачких општина преплављене су локалним стратегијама, главни колач (бар што се тиче израде пројеката на Балкану) држи њујорски Хорват. А са електронских и штампаних медија, у протеклим данима, додуше и свих претходних изборних периода, слушали смо до бесвијести „наше“ насмијешене политичке кандидате о туризму у БиХ (и пољопривреди) као развојној шанси готово сваке мјесне заједнице).

Нажалост, већина тих студија, пројеката и обећања нема своју конкретну примјену. Један од примјера, гдје се „нешто конкретно ради и гради“ је Андрићград, пројекат Владе Републике Српске, Општине Вишеград и нашег прослављеног режисера Емира Кустурице. Зато смо изабрали овај примјер за једну економску анализу, која би могла и осталим заинтересованим практично послужити.

Кључне ријечи: туризам, Република Српска, Вишеград, Андрићград, економски ефекти.

JEL класификација: L83

Summary: All relevant sources indicate high resistance of tourism as an economic sector, even during the global financial crisis, which is also reflected in the BiH economy. Institute of Economics of School of Economics in Sarajevo has published a number of research projects on this topic, Institute of Economics, University of Banja Luka made the Tourism Development Strategy of the Republic of Srpska, BiH municipalities sites are flooded with local strategies, the big cake (at least as far as the development of projects in the Balkans) is held by the New York Horvat. And electronic and print media in recent days, as in all previous election periods, have shown continually "our" smiling political candidates talking on BiH tourism industry (and agriculture) as well as development opportunities of almost every local community).

Unfortunately, most of these studies, projects and promises has no practical use. One example, where "some concrete work and building is done" is Andrićgrad, a project of the Government of the Republic of Srpska, the municipality of Višegrad and our famous film director Emir Kusturica. That is why we have chosen this example for an economic analysis that could be of practical use to other stakeholders.

Key words: Tourism, Republic of Srpska, Višegrad, Andrićgrad, the economic effects

JEL classification: L83

1. ПОТРЕБА ЗА ОДРЖИВИМ РАЗВОЈЕМ ТУРИЗМА

Туризам је једна од највећих свјетских индустрија и један од најбрже растућих сектора у свјетској економији. Развој туризма вишеструко утиче и позитивно на животе људи и животну средину.

Укупан финансијски ефект је у 2011. години износио 944 млд. УСД или 642 млд. евра,

док се у претходној години кретао око 857 млрд. УСД. Остварени приходи у поређењу са стањем у 1990. години (264 млрд. УСД) су повећани за преко 3,5 пута. Само у последњој години приходи су порасли у односу на претходну, за 87 млрд. УСД, што јасно показује снагу и тренд раста овог сектора.

Кључни показатељи на нивоу свјетске економије говоре да је директан допринос туризма у свјетском бруто друштвеном производу у 2011. на нивоу од око 2,8% и да се процјењује да ће у наредних десет година расти по годишњој стопи од око 4,2%. Укупан процијењен допринос туризма свјетском БДП-у у 2011. је око 9,1%, што ће повећати стопу учешћа на 9,6% у 2021. години, под претпоставком да ће годишње расти по стопи од 4,2%. Учешће директно запослених у туризму у укупној свјетској запослености је на нивоу од 3,4%, са процијењеним растом од 2% годишње до 2021. године. Учешће запослених у туризму и повезаним дјелатностима ће расти у просјеку 2,3% годишње и са садашњих 8,8% учешћа у укупној запослености пораста на 9,7% у 2021. Учешће инвестиција у сектор туризма у укупним свјетским инвестицијама је око 4,5% (World Tourism Organization 2012).

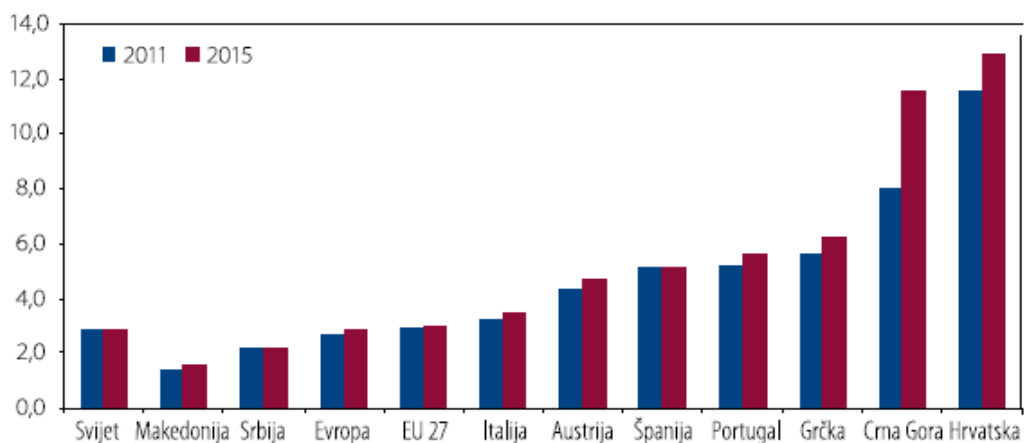
Према пројекцији UNWTO, број међународних долазака туриста ће се годишње повећати за око 4–5% (UNWTO 2011a).

У погледу регионалне структуре регион Европе доминира са учешћем од 51% у укупном броју међународних долазака туриста у 2010. години, затим слиједе Азија и Пацифик 22%, САД 16%, Средњи Исток 6% и Африка 5% (UNWTO 2011b).

Што се тиче непосредног босанскохерцеговачког окружења, а према подацима који приказују директан допринос туризма и путовања у БДП-у, Црна Гора и Хрватска ће, према прогнозама WTTC-а, имати најзначајнији раст до 2015. године. Директан допринос туризма у Хрватској је уједно и највећи (у поређењу са изабраним земљама и регијама) у 2015. години, с тим да је директни допринос туризма у Црној Гори брже растући у приказаном периоду (2011–2015), што се види на графику 2. Овај раст је значајно већи од прогнозираног раста укупног доприноса туризма и путовања БДП-у у свијету. Директан и укупан удио сектора путовања и туризма у земљама региона биће значајно нижи.

У претходном периоду у расту и развоју туризма било је флукуација у смислу падова и враћања на узлазни тренд. Очекује се да ће у наредним годинама међународни доласци имати тренд раста са прогнозом да ће у 2020. години међународни доласци износити 1,6 милијарди (UNWTO 2011b)

График 1: Туризам и путовања, директни допринос БДП-а



Извор: WTO 2012

Све ово јасно указује на значај који има туристичка индустрија у укупној свјетској индустрији, као и на тренд пораста учешћа и значаја туризма по свим релевантним индикаторима. Са друге стране, неопходно је обезбиједити одрживи развој дестинација, што подразумева заштиту, унапређивање и одрживо коришћење постојећих природних и створених ресурса, као и валоризацију туристичких потенцијала у туристичком простору. У том смислу, као *conditio sine qua non* се намеће планско коришћење, организација и изградња, односно уређење туристичког простора, што претпоставља јасан концепт управљања туристичким простором и усмјеравање ка одрживом развоју туристичких простора.

Ако су раст и развој били основни приоритети у периоду од 1950. године, нови миленијум ће обиљежити интензивна конкуренција дестинација и креирања нових производа.

Свјетска туристичка организација УН (WTO), дала је приказ најперспективнијих дестинација са пројекцијом годишњег раста за период до 2020. године и према тој пројекцији БиХ заузима високо треће мјесто са предвиђајућим растом од 10,5%.

На основу истраживања Свјетског економског форума и годишњих извјештаја о индексу компететивности у Сектору путовања и туризма, Босна и Херцеговина је заузела, од 130 рангираних земаља, 105. мјесто, знатно иза земаља у окружењу. Индекс не представља исказ о туристичким љепотама и атрактивностима појединих дестинација, већ индекс мјери факторе који чине потенцијал неке земље за развој туристичког сектора (туристичку инфраструктуру, кадрове, квалитет услуге, безбједност, презентацију туристичке понуде и сл.). Сасвим је очигледно да туризам у БиХ у цјелини заостаје за туризмом сусједних земаља, а поготову високоразвијених туристичких земаља Европе (Eubusiness 2012).

2. РЕСУРСИ БИТНИ ЗА ФОРМИРАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ПРОИЗВОДА ОПШТИНЕ ВИШЕГРАДА

Туристичка вриједност простора је условљена бројним факторима, од којих су најзначајнији:

- туристичка традиција,
- повољан географски положај,
- пејзажна и морфолошка разноврсност,
- разноврсно културно и етничко наслеђе,
- комбинација више врста туристичке понуде,
- богат и разноврстан садржај туристичког боравка,
- максимална инфраструктурна опремљеност,
- висок степен организованости пријема и третмана туриста,
- могућност цјелогодишњег туристичког промета,
- диверсификована структура смештајних капацитета.

Вишеград располаже културно-историјским наслеђем и природним потенцијалима и ријетко великим потенцијалима за развој туризма. Ресурси дају изузетне услове за развој готово свих врста туризма:

- културног,
- здравственог (бањског),
- спортско-рекреативног,
- религиозног,
- манифестационог,
- ловног,
- екскурзијског,
- риболовног,
- транзитног туризма.

Ресурси од важности за формирање кључних туристичких производа општине Вишеград су сљедећи:

- а) природни ресурси,
- б) створени ресурси,
- в) саобраћај и комуникације,
- г) социјално-економске карактеристике ширег подручја.

2.1. SWOT анализа

Табела 1. SWOT анализа

<i>КЉУЧНЕ ИНТЕРНЕ СНАГЕ И СЛАБОСТИ ОПШТИНЕ ВИШЕГРАД</i>		
<i>Сегмент</i>	<i>СНАГЕ</i>	<i>СЛАБОСТИ</i>
<i>ПРИРОДНИ, СОЦИЈАЛНИ И ЕКОНОМСКИ</i>		
<i>ПРОФИЛ ПОДРУЧЈА</i>	78	80
<i>ТУРИСТИЧКЕ ПЕРФОРМАНСЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ</i>	46	60
<i>ДЕСТИНАЦИЈСКИ МАРКЕТИНГ</i>	56	72
<i>ТУРИСТИЧКЕ УСЛУГЕ У ДЕСТИНАЦИЈИ</i>	77	66
<i>ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ</i>	42	47
<i>Број елемената:</i>	34	37
<i>Укупно:</i>	299	325
<i>Просјечна оцјена:</i>	8,79	8,78
<i>КЉУЧНЕ ЕКСТЕРНЕ МОГУЋНОСТИ И ПРИЈЕТЊЕ ОПШТИНЕ ВИШЕГРАД</i>		
<i>Сегмент</i>	<i>МОГУЋНОСТИ</i>	<i>ПРИЈЕТЊЕ</i>
<i>ТРЕНДОВИ ИНДУСТРИЈЕ</i>	65	67
<i>ПРАВНО/ПОЛИТИЧКО ОКРУЖЕЊЕ</i>	46	43
<i>СОЦИОКУЛТУРНО ОКРУЖЕЊЕ</i>	35	18
<i>ЕКОНОМСКО ОКРУЖЕЊЕ</i>	32	25
<i>Број елемената:</i>	20	18
<i>Укупно:</i>	178	153
<i>Просјечна оцјена:</i>	8,9	8,5

2.2. Закључци SWOT анализе

Интензитет слабости (8,78) је изједначен са интензитетом снага Вишеграда (8,89) као туристичке дестинације, што значи да је потребно даље континуирано улагање у развој туризма у Вишеграду.

Интензитет могућности (8,9) је већи од интензитета пријетњи (8,5), што значи да Вишеград има шансу да искористи могућности из окружења и да утицај евентуалних пријетњи минимизира.

Уочљиво доминантна десна страна полигона SWOT-а Вишеграда указује да би стратегију требало поставити тако да се минимизирају, односно елиминишу уочене слабости, како би се ојачали интерни капацитети за коришћење презентованих могућности.

Подручје Вишеграда недвосмислено има потенцијал развоја туризма, с тим да је у наставку развоја неопходно слиједити логику развоја одрживог туризма, како би се главни атрактори сачували и унаприједили.

Изузетно је важно обезбиједити широк консензус за даљи развој Вишеграда, што подразумијева заједничку визију и јасну платформу развоја иза које ће стати сви кључни интересни субјекти, у првом реду локална самоуправа.

Шири анализа указује на шест основних постулата, а то су:

1. Свјетски трендови развоја туризма указују на то да је туризам брзорастућа индустрија која све значајније утиче на национални и глобални економски развој. Вишеград се укључује у глобалне трендове туризма својом туристичком понудом: излетничког, религијског, бањског, транзитног и културолошког туризма, у оквиру шире понуде заједно са кластером западне Србије као туристичке дестинације.
2. Атрактивност Вишеграда као туристичког одредишта одређују специфични природни, културолошки, историјски и демографски фактори, у чему је вишеградски мост, као споменик под заштитом Унеска, од посебног значаја. Вишеградске власти су препознале туристички потенцијал и у посљедње четири године изградиле концепт управљања туристичком дестинацијом, уложиле огромна средства у туристичку инфраструктуру (ускотрачна пруга, локални путеви, манифестације, културни догађаји, потписивање споразума о узајамном туристичком дјеловању са сусједним туристичким дестинацијама...).
3. Високи потенцијали туризма Вишеграда, без обзира на постојеће ресурсе, нису искориштени на одговарајући начин. Основни разлози се налазе у:

- а) недовољном квалитету понуде и доживљаја за посетиоце што има за резултат да се и потенцијали туризма само дјелимично користе за повећање запослености, дохотка и уопште економски и друштвени развој општине; вишеградски мост јесте заштитни знак и симбол посебности и квалитета туристичке дестинације, али не и довољан да омогући одрживи развој туризма;
- б) незаокруженој материјалној инфраструктури.
4. Изградња Андрићграда је „коцкица“ која недостаје у „туристичком мозаику Вишеграда“. За убрзан развој туризма у Вишеграду потребно је осигурати два битна услова:
 5. Остварити стратешки преокрет од аутархичног, ка концепту интегралног туризма. Туристичка понуда Вишеграда, без интеграције са кластером западне Србије не може остварити конкурентност у односу на дестинације из региона. Изградња Андрићграда је прави и једини начин увезивања туристичке понуде са већ постојећим атракцијама у Мокрој Гори: Дрвенградом, Шарганском осмицом, фестивалима и осталим културним догађајима.
 6. Афирмисати брендинг дестинације. Спој свјетски познатих имена, режисера Емира Кустурице и нобеловца Иве Андрића, уз вишеградски мост чине врхунски, свугдје и свима, препознатљив бренд.
 7. Изградњом Андрићграда, са свим пратећим садржајима, биће заокружена туристичка понуда Вишеграда. То ће осигурати модел привлачење инвестиција и побољшања инвестиционе и пословне климе за инвеститоре, при чему треба осигурати водећи удио приватног капитала, растући удио јавног и приватног партнерства и ограничен удио јавног капитала за инвестиције које не могу осигурати профитабилност а представљају инфраструктуру за развој туризма.
 8. У пројекцијама до 2020. године процјењује се да туризам може створити 13,5 % радних мјеста и са 11,5% судјеловати у друштвеном доходу Вишеграда. Од три нова радна мјеста до 2020. године туризам ће стварати два радна мјеста.

3. КАПАЦИТЕТИ

Swot анализа показује да општини Вишеград, као будућој водећој туристичкој дестинацији у Републици Српској, недостају туристичке атракције и више доживљаја за посетиоце које резултирају недовољном квалитету понуде те се потенцијали туризма само дјелимично користе. Поред наведених недостатака у оштрој конкуренцији у области туризма неопходан је и јак туристички бренд.

Превазилажење наведених баријера види се у изградњи туристичког насеља Андрићград у сарадњи републичке и општинске власти са Емиром Кустурицом.

Комплекс туристичког насеља Андрићград простире се на 31.000 м², на једној од најљепших локација у БиХ, у самом центру града, на ушћу Дрине у Рзав, удаљеној свега стотинак метара од вишеградског моста.

Под кровом ће бити око 18.000 м² од укупно изграђених 46 објеката. Објекти су намијењени за: пословне, културне, административне, научно-образовне дјелатности и вјерске садржаје. Андрићград ће у функцији туристичке понуде имати следеће важније објекте:

1. Лијеви Страдун, односно лијева страна корзоа са продавницом накита, бурекињом, пекаром, посластичарницом, пицеријом и градском кафаном, укупна квадратура 410 м²;
2. Десни Страдун, тј. десна страна корзоа са апотеком, банком и кафе-књижаром, укупна квадратура 231 м²;
3. биоскоп мултиплекс, са три биоскопске сале и „Синема кафеом“ од 1.075 м²;
4. позориште са 400 мјеста за публику у партеру, површине 2.335 м²;
5. робна кућа на 1.883 м²;
6. Андрићев институт, са одјељењима за књижевност, историју, политику и друштвене науке; осим кабинета за рад у њему ће се налазити и Андрићева спомен-соба, књижара, сала за 100 посетилаца, укупна површина је 1.485 м²;
7. градска кућа ће бити ново сједиште градске администрације на 1.162 м²;

8. хостели (1 и 2), смјештајног капацитета за 56 гостију, укупно 1.109 м²;
9. српска кућа, такође намијењена смјештају гостију, површине 2.011 м²;
10. хан, мјесто за одмор те коначиште, квадратуре 1.028 м²;
11. мала капела;
12. конзулат;
13. Универзитет лијепих умјетности (дио Универзитета у И. Сарајеву);
14. хотел капацитета за смјештај 100 гостију, луксузно опремљен, са базеном и терасом над Дрином, површине од 2.500 м²;
15. ресторан од 181 м²;
16. галерија – двије;
17. тениски терени;
18. црква и
19. хелиодром.

Реализацијом пројекта изградње насеља Андрићград уговорени (Уговор о оснивању д.о.о. „Андрићград“) резултати треба да буду:

- формирање новог градског језгра Вишеграда са функцијом туристичког центра;
- формирање трговачко-угоститељског центра и културно-образовног центра;
- стварање услова за туристичке посјете, на годишњем нивоу око 150.000 туриста;
- запошљавање, по завршетку радова изградње, око 150 радника;
- ангажовање током изградње око 2.000 радника (директно или индиректно).

4. КОРИСТИ ЗА ОПШТИНУ ВИШЕГРАД ОД АНДРИЋГРАДА

Улагање СО Вишеград у изградњу Андрићграда дио је ширег локалног и републичког пројекта вођеног с циљем употпуњавања туристичке понуде Вишеграда те остваривања низа позитивних економских и друштвених користи за привреду и становништво Вишеграда.

Савремени туризам производи низ економских ефеката с обзиром на његову разнородност тј. повезаност са низом привредних и непривредних дјелатности, и то:

- регистроване (опорезоване) и нерегистроване (неопорезоване) ефекте;
- видљиве и скривене ефекте;
- мјерљиве (финансијске и економске) и немјерљиве (друштвене и политичке) ефекте.

Очекивани позитивни економски ефекти од повећања туристичке потрошње у Вишеграду су:

1. раст дохотка субјеката туристичке понуде (правних и физичких лица) по основу остварене туристичке потрошње;
2. раст бруто домаћег производа;
3. раст јавних прихода од средстава прикупљених по основу наплаћених пореза и боравишних такси;
4. раст прихода од извоза производа и услуга путем туризма (биљежи се на рачуну текућих трансакција платног биланса);
5. раст директног и индиректног запошљавања те реструктурирање тржишта рада (нарочито локалног и регионалног);
6. раст предузетничке активности (мало и средње предузетништво);
7. раст капиталних улагања (приватних и јавних);
8. активирање непривредних ресурса (претварање у туристички атрактивне ресурсе);
9. оснаживање регионалног развоја и интеррегионалне сарадње;
10. подстицање општег привредног раста и развоја;
11. раст животног стандарда локалног становништва, итд.

Економски ефекти туристичке потрошње остварују се на три нивоа и то:

1. Директни економски ефекти – то су сви приходи који се остварују код предузетника продајом туристичких услуга, дакле приходи од продаје хране, пића, улазница,

роба, превозних карата туристима и то би се могло назвати иницијалном трансакцијом.

2. Индиректни економски ефекти – то су сви материјални трошкови код предузетника који су повезани с његовим приходима од продаје туристичких услуга и који се плаћају домаћим добављачима, а они даље опет својим домаћим добављачима итд. Према томе, у тој, условно названој другој или секундарној трансакцији, економске користи кроз приходе продајом својих производа, роба и услуга предузетницима који остварују приходе од туристичке потрошње
3. Индуковани економски ефекти – свде се на повећање куповне моћи становништва захваљујући туристичкој потрошњи на рецептивним подручјима, односно њеним већ споменутим директним и индиректним економским ефектима. У најкраћем, туристички мултипликатор или мултипликативни ефекти појављују се када се новац остварен туристичком потрошњом страних гостију у рецептивној туристичкој земљи или одредишту „обрће“, односно кружи кроз већи број трансакција у локалној економији, придносећи тако свим учесницима у тим трансакцијама кроз повећане приходе, запошљавање и сл. Наиме, новац који потроше страни туристи не престаје се „окретати“. Што је већи број трансакција, већи је и мултипликатор, али под условом да се новац из туристичке потрошње што мање троши за увоз робе или услуга или у штедњу оних који остварују туристичке приходе. Ако је дакле увозна компонента или штедња већа, то је туристички мултипликатор мањи и обратно.

5. ДИРЕКТНИ ЕФЕКТИ

5.1. Економско-финансијски ефекти од Андрићграда на општину Вишеград

То су сви приходи који се остварују по основу учешћа у добити Андрићграда, по основу јавних прихода који су резултат пословне активности туристичког насеља Андрићграда и власничког учешћа у капиталу.

Табела 2. Општински приходи (директни и индиректни) од Андрићграда

Елементи	1	2	3	4	5	6	7	
Приходи								
Учешће у добити	539.166	550.499	584.911	620.851	657.851	697.095	737.537	
Приходи по основу пореза на имовину	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	
Приходи по основу пореза на плату	28.080	29.203	30.761	32.400	32.849	34.162	35.529	
Приходи по основу пореза на добит	24.520	24.965	26.526	28.156	29.834	31.614	33.448	
Укупно	603.766	616.667	654.198	693.407	771.778	798.400	818.514	
Кумулатив/ период повраћаја средстава	7.350.000	-6.129.567	-4.844.104	-3.496.499	-2.031.314	458.043		
Учешћа у капиталу (24,5%)	32.205.500	33.191.192	34.235.944	35.401.597	36.630.689	37.917.115	39.452.645	
Елементи	8	9	10	11	12	13	14	15
Приходи								
Учешће у добити	779.599	832.836	876.842	916.217	965.423	1.016.581	1.069.140	1.125.168
Приходи по основу пореза на имовину	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Приходи по основу пореза на плату	36.950	38.428	39.965	41.564	43.226	44.955	46.753	48.624
Приходи по основу пореза на добит	35.355	37.770	39.766	41.551	43.783	46.104	48.517	51.028
Укупно	859.904	921.034	959.573	1.011.332	1.064.432	1.164.640	1.176.410	1.236.820
Учешћа у капиталу (24,5%)	40.989.547	41.019.943		42.629.682	44.354.934	46.161.364	48.117.117	0.327.752

Мјерење економског утицаја туристичке потрошње, да би било тачно и корисно, мора да обухвати разне ефекте туристичке потрошње онако како она утиче на цијелу економију Вишеграда, односно морају се израчунати поред директних, индиректни и индуковани ефекти у вези са туристичком потрошњом.

5.2. Укупни директни ефекти

Туристичка потрошња у Андрићграду, али и ван њега, у комплетној туристичкој понуди Вишеграда утиче вишеструко на развој локалне економије. Почине с тиме да туристи троше новац у „фронталним“ туристичким објектима – угоститељским и трговачким радњама, а затим се шири на остатак економије. Очекивања су да ће са изградњом Андрићграда доћи до употпуњавања туристичке понуде Вишеграда, тј. повећања доходака од: транзитног, бањског, религијског, спортско-забавног, ловног и риболовног, те културног и манифестационог туризма. Претпоставка је да ће остали видови туризма привући 30.000 туриста (20% од укупног броја туриста са већ задатом ванпасионом потрошњом од 80 КМ, те потрошњом од 20% укупног броја посјетилаца Андрићграда). Тиме би се приходи од туризма у Вишеграду (без Андрићграда) повећали у првој години за 2.400.000 КМ + 1.960.000 КМ = 4.360.000 КМ, уз већ постојећу пројекцију годишњег раста од 4% у наредних петнаест година. Укупни додатни приходи директно од туризма у пројектованом периоду, ван Андрићграда, износили би:

Табела 3. Укупни додатни приходи директно од туризма

Позиција	1	2	3	4	5	6	7	8
Туристичка потрошња	4.320.000	4.492.800	4.672.512	4.859.412	5.053.788	5.255.939	5.466.176	5.694.823
Јавни приходи општине	179.712	186.900	194.376	202.515	210.320	218.600	227.816	236.896
Приходи од ПДВ-а	172.900	179.860	187.052	194.980	202.779	210.910	219.934	228.700
	9	10	11	12	13	14	15	
Туристичка потрошња	5.922.215	6.159.103	6.405.467	6.651.685	6.918.152	7.179.487	7.467.282	
Јавни приходи општине	246.340	256.409	266.468	274.945	287.795	298.656	310.620	
Приходи од ПДВ-а	237.848	247.316	256.900	264.563	280.890	291.090	300.080	

Директни ниво утицаја је вриједност туристичке потрошње (и у Андрићграду и Вишеграду) умањен за вриједност увоза неопходног да би се обезбиједиле ове „фронталне“ услуге и роба. Отуда слиједи да је директан утицај мањи од вриједности укупне туристичке потрошње јер локална економија (барем у почетним годинама имплементације пројекта) не може задовољити потребе туриста из својих сопствених производних сектора. Стога се укупан износ прихода од туризма умањује за проценат набавки из увоза. На основу података из Стратегије развоја општине Вишеград од 2011. до 2016. да се израчунати гранична склоност ка увозу и она износи 0,53. Тј. то је дио за који се мора кориговати укупан приход од туризма у Вишеграду у базној години након изградње Андрићграда.

6. ИНДИРЕКТНИ ЕФЕКТИ

Стварање економске активности настале усљед накнадне потрошње у оквиру ланца набавке познато је као индиректни ефекат. Индиректни ефекат не укључује сав новац који су туристи потрошили током директног ефекта јер ће дио тог новца отићи на штедњу и порезе. Најзад, током директне и индиректне фазе потрошње, локално становништво ће остварити приходе кроз плате, хонораре, најамнине и камате, које опет, троши (али и штеди) у локалној економији, доприносећи расту укупног промета.

Општи образац туристичког мултипликатора има сљедећи облик:

$$T_m = [1/(1-C/Y)]$$

при чему је:

T_m = туристички мултипликатор,

C = кумулативна вриједност увозне компоненте + штедња + порези,

Y = кумулативна вриједност домаћих производа, роба и услуга.

Према процјени аутора Стратегије развоја Републике Српске, туристички мултипликатор износи 2,5 што значи да свака 1 КМ прихода у туризму генерише 1,5 КМ (Стратегија развоја туризма 2010–2020, 2009, 5) у привредним секторима који су комплементарни туристичкој дјелатности. Дати мултипликатор узимамо као релевантан и за вишеградску привреду. Даље, коригујући дати износ прихода од туризма за износ који одлази на увоз (0,53), уз процјену да ће се услед инвестирања у првих пет година у туристичку супраструктуру увозна зависност смањивати по стопи од 0,05 (до износа аутономне увозне потрошње) долази се до износа раста прихода од туризма:

$$T_m = 2,5$$

Табела 4. Укупан (генерисан) приход од туризма: на нивоу општине

Позиција	1 (МПХ=0,53)	2 (МПХ=0,5)	3 (МПХ=0,45)	4 (МПХ=0,40)	5 (МПХ=0,35)	6 (МПХ=0,30)	7 (МПХ=0,30)	8 (МПХ=0,30)
УКУПНИ ПРИХОДИ	22.186.444	24.547.407	28.081.127	31.859.406	35.894.927	40.149.798	41.775.438	43.500.353
(мултипликатор 2,5)	9	10	11	12	13	14	15	
	45.239.629	47.112.247	48.931.121	50.870.958	52.834.493	54.995.816	57.197.652	

7. ИНДУКОВАНИ ЕФЕКТИ

7.1. Инвестиције

У више различитих контекста, утицај туризма на локалну економију се такође мјери способношћу локалних инвестиција за финансирање капиталних пројеката. Посебан акценат се ставља на улогу страних инвестиција у поспјешивању туристичке понуде, који често обезбјеђују *старт-уп* капитал.

На основу познавања података о приходу, граничне склоности увозу, износу пореза и доходном мултипликатору, могуће је израчунати износе инвестиција.

Табела 5. Укупне инвестиције

Позиција	1	2	3	4	5	6	7	8
УКУПНЕ ИНВЕСТИЦИЈЕ	3.049.777	3.768.000	4.934.580	6.191.390	7.232.090	8.973.000	9.332.089	9.940.920
(приватне, јавне и стране)	9	10	11	12	13	14	15	
	10.101.234	10.520.000	10.700.900	11.230.090	11.908.231	12.309.021	13.923.432	

7.2. Ефекти на запосленост

Један од најзначајних бенефита које једна локална економија може имати од туризма се ослања на чињеницу да туризам као грана привреде може утицати на отварање великог броја нових радних мјеста. У поређењу са другим привредним гранама, туризам одржава висок степен потребе за радном снагом (радноинтензивна дјелатност), прије свега за радном снагом у хотелијерству, малопродаји, угоститељству и превозу. Структуралне карактеристике тражње за радном снагом у туризму и комплементарним дјелатностима су битне с обзиром на то да се потребе тржишта за радном снагом могу ријешити изузетно брзо, уз мали степен тренинга, и сходно томе тржиште рада се врло брзо и лако може адаптирати на промјене потреба за радном

снагом. Посматрано из перспективе предузетника, то представља значајну предност, а то што се многе гране туризма сматрају као отворене за нове раднике различитих профила може се узети као олакшавајућа околност и за саме раднике.

Лоше стране које се приписују запошљавању у туристичким гранама, као што су ниске плате, ниска квалификованост и велики број радника који нису пријављени анулирају се када на запошљавање гледамо са локалног аспекта, односно непостојања других ресурса који би обезбједили запошљавање.

Аутори Стратегије развоја туризма Републике Српске су израчунали мултипликатор запослености у Српској од 1,65, што у нашем пројекту значи да ће 150 запослених у туризму обезбједити још 97 радних мјеста у другим дјелатностима, комплементарима туристичкој понуди. Даље континуиран раст инвестиција у току трајања пројекта ће обезбјеђивати и раст запослености у туризму. Број запослених ће се с обзиром на ниво инвестиција, те податка да у БиХ инвестиција од 50.000 КМ креира једно радно мјесто, континуирано повећавати у туризму и комплементарним гранама за задовољавање туристичких потреба (индустрији, грађевинарству, трговини, пољопривреди, слободним професијама, финансијама, јавној управи итд.).

Табела 6. Укупно запошљавање у општини генерисано из туристичке понуде

Позиција	1 (МПХ=0,53)	2 (МПХ=0,50)	3 (МПХ=0,45)	4 (МПХ=0,40)	5 (МПХ=0,35)	6 (МПХ=0,30)	7 (МПХ=0,30)	8 (МПХ=0,30)
СУКЦЕСИВНО ЗАПОСЛЕНИХ	150	158	98	120	140	178	186	198
	9	10	11	12	13	14	15	
	202	210	214	224	238	246	278	

Према томе, у претходној табели ријеч је о броју потребних радника по години (сукцесивно, а не кумулативно) који произлази директно из нивоа годишњих капиталних инвестиција. Број стално запослених (кумулатив) који ће бити генерисан упућавањем туристичке понуде Вишеграда, у планираном вијеку пројекта, износи 150 (директно запослених) \times 1.65 (мултипликатор запослености) = 247 радника.

7.3. Утицај туризма на трговински биланс

Подаци из Стратегије развоја Вишеграда 2010–2015. године, показују на изразито висок спољнотрговински дефицити и изузетно ниску покривеност увоза извозом (у 2008. – 35%, а у 2009. свега 22%). Ови подаци су далеко од просјека на нивоу Босне и Херцеговине (52%) и сврставају општину Вишеград у изузетно увозно зависне локалне економије са свим негативним ефектима на запосленост, доходак и инвестиције које тај положај носи са собом.

Захваљујући туризму извозе се односно валоризују добра која не би могла бити објекат размјене, као што су у нашем раду нпр. природна и културна добра. Оно на шта треба обратити пажњу је способност туристичке понуде да привуче стране туристе и на тај начин обезбједи прилив страног капитала, те побољша своју платно-билансну позицију. Уравнотежењу текућег рачуна платног биланса доприносиће и смањена зависност од увоза услед повећаних инвестиција на локалном нивоу у гране и дјелатности који обезбјеђују туристичку инфраструктуру и супраструктуру. С друге стране, претпостављамо (на основу статистике републичког завода и властитих процјена) да ће 80% посјетилаца Андрићграда бити страни туристи („извоз“).

Према пројекцији, гранична склоност ка увозу (зависност од увоза роба и услуга), сходно расту инвестиција у туристичку супраструктуру и комплементарне дјелатности туризму, смањиваће се континуирано у шест година имплементације пројекта са 0,53 до 0,30. Трговински суфицит ће имати стални раст и значајно утицати на комплетан платни биланс Вишеграда. Тиме би се Вишеград сврстао на листу изузетно отворених, претежно извозно оријентисаних локалних економија Републике Српске и Босне и Херцеговине.

Табела 7. Трговински биланс туризма као привредне гране

	1 (МПХ=0,53)	2 (МПХ=0,5)	3 (МПХ=0,45)	4 (МПХ=0,40)	5 (МПХ=0,35)	6 (МПХ=0,30)	7 (МПХ=0,30)	8 (МПХ=0,30)
Увоз	-6.365.090	-6.245.000	-5.843.989	-5.404.543	-4.917.251	-4.437.000	-4.559.123	-4.744.564
Извоз	10.772.000	11.200.000	11.648.909	12.144.078	12.598.345	13.102.312	13.626.490	14.172.823
Суфицит	4.406.910	4.955.000	5.804.920	6.739.535	7.681.904	8.665.312	9.067.367	9.428.259
	9	10	11	12	13	14	15	
Увоз	-4.984.569	-5.120.000	-5.323.112	-5.542.670	-5.755.232	-5.988.311	-6.112.011	
Извоз	14.738.547	15.298.345	15.698.789	16.631.233	17.242.090	17.932.564	18.468.904	
Суфицит	9.753.978	10.178.345	10.375.677	11.088.563	11.486.858	11.944.253	12.374.893	

7.4. Друштвено-политички ефекти

Иако је у овоме раду фокус на позитивним економским ефектима, потребно је поменути и друштвени и политички значај туризма. Основни мотиви туристичких путовања у оквиру рекреације везани су и за жељу да се упозна културно и историјско наслеђе одређених земаља и региона. Исто тако, они су везани и за разне врсте образовних потребе, те упознавања навика и услова живота становништва других крајева. Значи, у основи се ради о мотивима који туризму дају печат друштвеног и политичког феномена. Из тих обиљежја произлази низ позитивних, друштвених, политичких, економских и социјалних ефеката које је немогуће измјерити јер се у коначном валоризују кроз ординалну величину – виши квалитет живота локалног становништва.

Свјетски трендови развоја туризма указују на то да је туризам брзорастућа индустрија која све значајније утиче на национални и глобални економски развој. Вишеград се укључује у глобалне трендове туризма својом туристичком понудом: излетничког, религијског, бањског, транзитног и културолошког туризма, у оквиру шире понуде заједно са кластером западне Србије као туристичке дестинације.

Атрактивност Вишеграда као туристичког одредишта одређују специфични природни, културолошки, историјски и демографски фактори, у чему је Вишеградски мост, као споменик под заштитом Унеска од посебног значаја. Вишеградске власти су препознале туристички потенцијал и у последње четири године изградиле концепт управљања туристичком дестинацијом, уложиле огромна средства у туристичку инфраструктуру (ускотрачна пруга, локални путеви, манифестације, културни догађаји, потписивање споразума о узајамном туристичком дјеловању са сусједним туристичким дестинацијама...).

Високи потенцијали туризма Вишеграда, без обзира на постојеће ресурсе, нису искоришћени на одговарајући начин. Основни разлози се налазе у:

- а) недовољном квалитету понуде и доживљаја за посјетиоце што има за резултат да се и потенцијали туризма само дјелимично користе за повећање запослености, дохотка и уопште економски и друштвени развој општине; вишеградски мост јесте заштитни знак и симбол посебности и квалитета туристичке дестинације, али не и довољан да омогући одрживи развој туризма, те
- б) незаокруженој материјалној инфраструктури.

Изградња Андрићграда је „коцкица“ која недостаје у „туристичком мозаику Вишеграда“. За убрзан развој туризма у Вишеграду потребно је осигурати два битна услова:

Прво, остварити стратешки преокрет од аутархичног ка концепту интегралног туризма. Туристичка понуда Вишеграда, без интеграције са кластером западне Србије не може остварити конкурентност у односу на дестинације из региона. Изградња Андрићграда је прави и једини начин увезивања туристичке понуде са већ постојећим атракцијама у Мокрој Гори: Дрвенградом, Шарганском осмицом, фестивалима и осталим културним догађајима.

Друго, афирмисати брендинг дестинације. Спој свјетски познатих имена, режисера Емира Кустурице и нобеловца Иве Андрића, уз вишеградски мост чине врхунски, свугдје и свима, препознатљив бренд.

Табела 8. Резиме економских ефекта

Елементи	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
I ДИРЕКТНИ ЕФЕКТИ															
Приходи од															
Андрићграда															
1. Учесће у добити	539.166	550.499	584.911	620.851	657.851	697.095	737.537	779.599	832.836	876.842	916.217	965.423	1.016.581	1.069.140	1.125.168
2. Приходи по основу пореза на имовину	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
3. Приходи по основу пореза на плату	28.080	29.203	30.761	32.400	32.849	34.162	35.529	36.950	38.428	39.965	41.564	43.226	44.955	46.753	48.624
4. Приходи по основу пореза на добит	24.520	24.965	26.526	28.156	29.834	31.614	33.448	35.355	37.770	39.766	41.551	43.783	46.104	48.517	51.028
Укупно	603.766	616.667	654.198	693.407	731.778	771.778	818.514	859.904	921.034	959.573	1.011.332	1.064.432	1.164.640	1.176.410	1.236.820
Учесћа у капиталу (24,5%)	32.205.500	33.191.192	34.235.944	35.401.597	36.630.689	37.917.115	39.452.645	40.208.309	41.886.577	43.551.804	45.307.359	47.157.391	49.149.180	51.292.983	53.539.585
Кумулатив/ период повраћаја средстава															
Стопа интерне рентабилности	- 7.350.000	-6.129.567	-4.844.104	-3.496.499	-2.031.314	458.043									
II ИНДИРЕКТНИ ЕФЕКТИ															
Јавни приходи општине															
од туристичке порешке	179.712	186.900	194.376	202.515	210.320	218.600	227.816	246.340	256.409	266.468	274.945	287.795	298.656	310.620	246.340
III ИНДУКОВАНИ															
ЕФЕКТИ															
Инвестиције	3.049.777	3.768.000	4.934.580	6.191.390	7.232.090	8.973.000	9.332.089	9.940.920	10.101.234	10.520.000	10.700.900	11.230.090	11.908.231	12.309.021	13.923.432
Запослени	150	158	98	120	140	178	186	198	202	210	214	224	238	246	278
Спољнотрговински суфицит	4.406.910	4.955.000	5.804.920	6.739.535	7.681.904	8.665.312	9.067.367	9.428.259	4.406.910	4.955.000	5.804.920	6.739.535	7.681.904	8.665.312	9.067.367
ПДВ приход – републички од															
Андрићграда	594.296	619.200	645.102	672.098	700.060	729.126	759.438	790.936	831.028	857.856	893.303	930.168	968.508	1.008.380	1.049.848
ПДВ приход – републички индиректни	172.900	179.860	187.052	194.980	202.779	210.910	219.934	228.700	172.900	237.848	247.316	256.900	264.563	280.890	291.090
Друштвени															
Социо- политички															
Немјерљиви (виши квалитет живота локалног становништва)															
Немјерљиви (виши квалитет живота локалног становништва)															

Изградњом Андрићграда, са свим пратећим садржајима, биће заокружена туристичка понуда Вишеграда. То ће осигурати модел привлачење инвестиција и побољшања инвестиционе и пословне климе за инвеститоре, при чему треба осигурати водећи удио приватног капитала, растући удио јавног и приватног партнерства и ограничен удио јавног капитала за инвестиције које не могу осигурати профитабилност а представљају инфраструктуру за развој туризма. Значи, сада када смо сва три нивоа утицаја (директни+индиректни+индуковани) подвргли процјени, те сагледали укупне економске ефекте туристичке потрошње у Андрићграду и Вишеграду можемо донијети и закључак истраживања.

Такође, при доношењу коначног закључка узета је у обзир и анализа буџета тј. финансијска перспектива општине Вишеград.

Сва сагледавања и анализе указују да постоје потребни и довољни услови који обезбјеђују економски одрживо пословање туристичких капацитета у туристичком насељу Андрићград, те да постоје оправдани услови да Општина Вишеград учествује у пројекту изградње Андрићграда до износа од 7.350.000 КМ, односно са учешћем од 24,5% у укупном власништву.

ЛИТЕРАТУРА

Stojanović, Aleksandar. 2012. *Studija ekonomske opravdanosti ulaganja Opštine Višegrad u Andrićgrad.* Institut Ekonomskog fakulteta, Pale – Višegrad.

UNWTO. 2011a. *Policy and Practice for Global Tourism.* 2011. Madrid

UNWTO. 2011b. *World Tourism Barometer, February 2011.*

Економски факултет Банја Лука. 2009. *Strategija razvoja turizma 2010–2020.* Banja Luka.

Internet izvori:

Eubusiness. 2012. Pristupljeno 16. aprila. <http://www.eubusiness.com/Transport/eu-tourism-sector/>.

World Tourism Organization. 2012. Pristupljeno 16. aprila. <http://www.unwto.org>.