

7. Panonica predstavlja razlog za putovanja a njene manifestacije u njoj izazivaju posjetu. Potrošnja nastaje tamo gdje se i proizvodi ponuda za odmor.

LITERATURA:

Almazaga Čatović „Turističko ugostiteljska djelatnost faktor razvoja privrede Tuzlanskog kantona“, „Bemust“ – Sarajevo, 2005 god
Almazaga Čatović „Ekonomske i (ne) ekonomske funkcije turizma“, „Printkom“ – Tuzla, 2011 god
Almazaga Čatović „Osnove Turizma“,

„Internacionalni Univerzitet Travnik“ – Travnik, 2012 god
Almazaga Čatović, Saša Kicošev „Informacione tehnologije u turizmu - Naucna monografija“, „Printkom“ – Tuzla, 2011 god
Slobodan Blagojević „Turizam- ekonomika turizma“, „Savremena administracija“ – Beograd, 2001 god
www.panonica.ba
UNWTO Global tourism Forecast to the Year 2000 and Beyond, Vol. 1, The World Madrid, 1995 god, Str. VIII

ODRŽIVI TURIZAM U CRNOJ GORI - PERSPEKTIVE RASTA I RAZVOJA

Dr Dragan Bulatović
JP “Sportski objekti” Podgorica

Sažetak: U ovom radu se tretira problematika održivog razvoja turizma, sa posebnim fokusom na perspective daljeg rasta i razvoja crnogorskog turizma. Cilj rada je da ukaže na to da se menadžment turističke destinacije mora fokusirati na dostizanje ciljeva kvalitativnog razvoja umjesto kvantitativnog rasta kao što je to do sada bio slučaj. Održivi razvoj turizma zahtijeva napuštanje koncepta masovnog turizma i ublažavanje njegovih negativnih efekata kroz razvoj novih ili specifičnih oblika turizma. Za mnoge nerazvijene i zemlje u razvoju, među kojima je i Crna Gora, prihodi od turizma čine značajan stub njihovih ekonomija. Ove zemlje putem turizma u značajnom dijelu obezbjeđuju finansijska sredstva za ekonomski rast zapošljavanje i razvoj. Zahvaljujući tome, dugo vremena je podsticana ekspanzija turizma kao privredne grane, a da pritom nije vođeno računa o štetnim uticajima koje ova privredna grana sa sobom nosi, tako da su neke turističke destinacije dugoročno pretrpjele više štete nego što su imale koristi od turizma. Nekontrolisani rast turizma s obzirom na njegovu prostornu i vremensku koncentraciju prouzrokuje ekološke, socijalne i ekonomske štete. Masovni turizam praćen industrijalizacijom i urbanizacijom postao je najznačajniji faktor pritiska na prostor što dovodi do degradacije životne sredine na najatraktivnijim i sa turističkog aspekta najvrednijim i najosjetljivijim područjima. Tako turizam počinje da uništava vlastitu supstancu i pretvara se u svoju suprotnost. Ovakva iskustva uz promjenu društvene strukture i svijesti dovela su vremenom do novog posmatranja turizma. Nova globalna ekonomija mijenja klasične ekonomske obrasce ponašanja, organizovanja i ukupne strukture, te na taj način dovodi u pitanje iluziju ekonomskog rasta u svim privrednim sektorima pa i u turizmu. Održivi razvoj turizma danas je postao prioritet gotovo svih turističkih destinacija, a razvojna vizija turizma se ne može uspješno koncipirati ako se istovremeno ne sagleda socijalna, politička, kulturna, ekološka i tehnološka vizija.

Naravno, sve ove razvojne dimenzije jednako su važne, a sklad između njih se može postići jedino ako turizam prestane nekontrolisano da raste i nastavi da se razvija na kvalitetan i održiv način. Održivi turizam predstavlja širok pojam i obuhvata sve forme turizma uspostavljene u skladu sa prirodnim, socijalnim u društvenim vrijednostima, koje omogućavaju domaćinima i gostima međusobne interakcije i pozitivno zajedničko iskustvo. Takav turizam moramo razvijati i u Crnoj Gori.

Ključne riječi: turizam, održivi razvoj, turistički rast i razvoj, Crna Gora

SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN MONTENEGRO - GROWTH AND DEVELOPMENT PERSPECTIVES

Abstract: *This work deals with sustainable development of tourism issues, with special focus on the perspectives of further growth and development of Montenegrin tourism. Aim of this work is to emphasize the fact that tourism destination management must be focused on achieving qualitative development goals instead on quantitative growth, as was the case until now. Sustainable tourism development requires abandonment of mass tourism concept and soothing its negative effects through the development of new or specific forms of tourism. For many underdeveloped and developing countries (such as Montenegro), tourism based income represent a significant part of their economy. These countries secure their financial assets for employment, economic growth and development through tourism based income. Because of this, tourism expansion has been encouraged and no one cared for negative effects of such expansion. The result of such policy was that these destinations have suffered much more damage than benefits. Uncontrolled tourism growth, considering its spatial and time concentration, causes ecologic, social and economic damage. Mass tourism followed by industrialization and urbanization became the most significant factor of spatial devastation which leads to degradation of the environment at the most attractive and, from the tourism aspect, the most valuable and the most sensitive areas. This is how tourism starts to destroy itself from the inside and converts into its opposite. This sort of experience with a change in social structure and consciousness has led in time to a new aspect of tourism. New global economy is changing standard economic behavioral patterns, organization and structure and by doing this it brings into question the illusion of economic growth in all economy sectors and tourism as well. Sustainable tourism development today has become a priority in almost every tourism destination and tourism development vision can not be successfully outlined unless if we at the same time envisage social, political, cultural, ecologic and technologic aspect. Nevertheless, each of these development aspects is equally important and harmony between them can be achieved only if tourism stops to grow uncontrollably and continue to develop in quality and sustainable manner. Sustainable tourism is a broad term and takes in all forms of tourism established in accordance with natural and social values that make it possible for hosts and guests to interact and to achieve positive mutual experience. This is the kind of tourism we are supposed to develop in Montenegro.*

1. UVOD

Turizam je najbrže rastuća industrija na svijetu. Međutim, kada govorimo o rastu turističkog ili bilo kog drugog ekonomskog sektora neophodno da napravimo razliku između rasta i razvoja jer između njih ne postoji znak jednakosti kako se to donedavno smatralo. U eri masovnog turizma, za turizam je bila najvažnija stopa rasta, mjerena većim brojem turista i njihovih noćenja, povećanjem deviznog priliva i sl.

Turistička izgradnja je u ovoj fazi nemilosrdno devastirala prostor, afirmisana su i promovisana uniformna tzv. "4S" (Sun, Sea, Sand, Sex) putovanja. Međutim, takav agresivni turizam, koji je slijedi o isključivo ekonomske i tehničke zahtjeve, zanemarivao je kvalitativne razvojne determinante, a saturirani prostori vremenom su postali neatraktivni za turiste.

Vlade širom svijeta postale su svjesne činjenice da je upravljanje turizmom složeni sistem koji traži veliko i složeno interdisciplinarno znanje na lokalnom, regionalnom i državnom nivou. Turizam se mora učiniti održivijim jer loše upravljanje ovim sektorom može imati dalekosežne posledice na ekonomskom, sociokulturnom i ekološkom planu. Danas se uspjeh u turizmu više se ne mjeri brojem posjetilaca već doprinosom turizma ukupnom društveno ekonomskom razvoju zajednice. Turizam se počeo transformisati iz "tvrdoga" u "meki", napravljen je zaokret od masovnog ka održivom turizmu, što podrazumijeva fokusiranje menadžmenta turističke destinacije na ciljeve kvalitativnog razvoja umjesto kvantitativnog rasta. Mnoge destinacije prepoznale su šansu da postepenim napuštanjem koncepta masovnog turizma i razvojem novih specifičnih vidova učine turizam održivijim na duže staze. Kvalitetan razvoj specifičnih vidova turizma pozitivno utiče na zaštitu prirodnog okruženja od daljeg ekološkog propadanja, bolji život lokalne zajednice i obezbjeđuje pozitivno iskustvo turista i domaćina. Ovakvi trendovi pogoduju Crnoj Gori koja ima, prije svega u zaštićenim područjima, zavidne potencijale da razvije i ponudi kvalitetne specifične vidove turizma zanovane na prirodi.

Valorizacija ovih potencijala predstavlja šansu za produženje turističke sezone, diversifikaciju turističkog proizvoda i postepno napuštanje koncepta masovnog turizma, kakav je dominantno prisutan na Crnogorskom primorju, tj. njegovo kvalitetno prestrukturiranje.

2. AKTUELNO STANJE SVJETSKOG TURIZMA

Turizam kao pojava ima dugu istoriju ali je tek od druge polovine XIX vijeka, a naročito u XX doživio opšteplanetarnu ekspanziju. Možda se još jedino sport kao društveni fenomen širokih razmjera može pohvaliti velikom dinamikom i masovnošću (Bulatović, 2008).

Svjetski turizam je jedini privredni sektor koji u poslednjih šest decenija bilježi konstantan rast. Iako nije imun na krizne situacije turizam je pokazao da im se može bolje oduprijeti od drugih industrija. Kao što se vidi na slici 1. broj turista koji putuju našom planetom prešao je 2012.godine, prvi put u istoriji, jednu milijardu.

Slika 1. Međunarodni turizam u 2012.



Prema podacima UNWTO (2013) u svijetu je 2012. ostvareno 1.035 milijardi turističkih dolazaka što je za 4% više u odnosu na 2011. Evropa je i dalje najposjećenija turistička regija sa koja ostvaruje više od polovine svih turističkih dolazaka u 2012. taj broj je iznosi o 535 miliona, međutim, najveći rast od 7% zabilježio je region Azija i Pacifik. Jedini region gdje je zabilježen pad turističkih dolazaka od 5% je Srednji istok. Prema prognozama UNWTO međunarodni turizam će prosječno godišnje rasti po stopi od 3,8% do 2030. (Tourism Towards 2030). Turizam ima značajne pozitivne efekte na ekonomije mnogih zemalja, tako je u 2011. generisao 9% svjetskog BDP i obezbjeđivao direktno i indirektno 255 miliona radnih mjesta. Vjeruje se da će broj zaposlenih u turizmu do 2022. godi ne porasti na 328 miliona, te da će svako deseto radno mjesto na planeti biti u turizmu (World Tourism & Travel Council, 2012). Kada se izneseni podaci uzmu u obzir on daje jasno zašto mnoge zemlje baš u turizmu vide ključ za razvoj prosperitet i bolji život. Na turbulentnom tržištu ključni činilac uspješnog turizma je sposobnost prepoznavanja i prilagođavanja promjenama. Najuspješnije turističke destinacije na samo da uspješno idu u susret tim promjenama već ih i same kreiraju.

3. TURISTIČKI RAST I RAZVOJ

Masovna proizvodnja, masovna potrošnja, masovna kultura i obrazovanje, pa i masovni turizam do skoro su bile karakteristike ekonomske uspješnosti najmoćnijih ekonomija i predstavljale izvor njihove snage na svjetskom tržištu. Takav ekonomski rast proizilazio je iz njihove industrijske moći. Proizvesti, potrošiti, obrazovati što je moguće više, više od drugih, maksimirajući pritom ekonomsku efikasnost, bila je opšta maksima ekonomske uspješnosti. Vremenom je to dovelo do sve veće polarizacije privreda na bogate, sve bogatije i siromašne, sve veći tehnološki i ukupni razvojni jaz među njima, kao i niz negativnih uticaja na životnu sredinu i opadanje kvaliteta života i rada ljudi. Rasprave i sukobljavanja o prirodi ekonomskog rasta i potrebi njegovog razlikovanja od ekonomskog razvoja posebno su intenzivirane 1970-tih godina.

One su izazvane objavljivanjem knjige "Granica rasta" (The Limits to Growth, Meadows i drugi, 1972), koja je upozorila na probleme geometrijskog rasta broja stanovnika, klimatske promjene, zagađenje voda, probleme neobnovljivih resursa, nuklearni otpad i sl. Danas se većina stručnjaka slaže da se rast i razvoj često pogrešno koriste kao sinonimi (Nafziger, 1990; Sharpley & Telfer, 2002; Todaro, 1989). Zato je kada govori mo o rastu turističkog ili bilo kog drugog ekonomskog sektora neophodno da napravimo razliku između rasta i razvoja jer između njih ne postoji znak jednakosti kako se to donedavno smatralo. Ekonomski rast je definisan kao rast Bruto domaćeg proizvoda, ako se uzme u obzir porast broja stanovnika, onda je ekonomski rast definisan kao rast Bruto domaćeg proizvoda po stanovniku. U pitanju je, dakle, prije svega kvantitativna promjena koja nije prikladna mjera ekonomskog razvoja.

Pojam razvoja se obično koristi da opiše nivo ekonomskog i društvenog preobražaja u nekoj zemlji (Thirwall, 1989). Pa je nasuprot ekonomskom rastu ekonomski razvoj označen kao kvantitativna i kvalitativna promjena (Senjur, 1995). Todaro (1989) smatra da razvoj mora biti koncipiran kao mulidi menzionalni process koji uključuje velike promjene u društvenim strukturama, popularnim stavovima i državnim institucijama. On podrazumijeva privredni rast ali i smanjenje nejednakosti i iskorjenjivanje siromaštva. Razvoj u svojoj suštini znači cijelu paletu promjena koje vode boljem materijalnom i duhovnom životu pojedinaca i zajednice. Ekonomski razvoj je proces stvaranja kvalitativno novih ekonomskih mogućnosti, pa se može reći da ekonomski razvoj obuhvata ekonomski rast, obim i efikasnost investicija, rast populacije, kvalitet radne snage i motivisanost za uspjeh, tehnološki napredak, veličinu tržišta, strukturne promjene i društveno-ekonomsku situaciju. Glavna razlika između ekonomskog rasta i ekonomskog razvoja je u sledećem: u fokusu proučavanja ekonomskog rasta je proizvodnja ili povećanje njenog obima i kvaliteta, dok je u fokusu proučavanja ekonomskog razvoja čovjek i povećanje kvaliteta njegovog života u okviru dugoročnog opstanka.

Ekonomska razvojna vizija danas ne može uspješno koncipirati a da se istovremeno ne sagleda i socijalna, politička, kulturna, ekološka, etička vizija. Pritom su sve razvojne dimenzije jednako važne (Engel, R. i Engel, G., 1990). Uprkos značajnom rastu BDP u mnogim zemljama u razvoju nijesu iskorijenjene nejednakost, nezaposlenost i siromaštvo (Hicks i Streeten, 1995; Ladens, 1995; Seers, 1979; Todaro, 1989). U tom kontekstu doprinos turizma rastu BDP ne može se smatrati kao doprinos razvoju, ako se prethodno ne ispituju benefiti koje je turizam donio različitim grupama i regi onima. Pod turističkim rastom Vukonić i Čavlek (2001) porazumijevaju stalno narastanje turističkog prometa u poređenju s prethodnim periodom. Turistički rast je moguć u obliku fizičkog prometa, kroz veći broj posjetilaca, veći broj noćenja i sl. ili u obliku finansijskog prometa. Isti autori turistički razvoj vide kao proces u kojem turizam postaje manje ili više odlučujući činitelj u razvoju određenog područja (Vukonić i Čavlek, 2001). Turizam istovremeno predstavlja faktor i posledicu ekonomskog rasta. Turizam kao važan ekonomski faktor, koji uključuje niz drugih dopunskih faktora, pozitivno utiče na niz ekonomskih procesa i doprinosi većem ekonomskom razvoju i stabilnosti privrede, većem nacionalnom dohotku itd. Takođe, turizam doprinosi razvoju infrastrukture, saobraćajnih sredstava i komunikacija. Na drugoj strani turizam kao društvenoekonomska pojava nastaje kao posledica ekonomskog razvoja, jer samo kada ljudi zadovolje svoje primarne potrebe mogu zadovoljiti sekundarne. Viši životni standard i povećan obim slobodnog vremena omogućavaju zadovoljenje sekundarnih potreba kao što je potreba za putovanjima.

U eri masovnog turizma za turizam je bila najvažnija stopa rasta, mjerena većim brojem turista i njihovih noćenja, povećanjem deviznog priliva i sl. Turistička izgradnja je u ovoj etapi nemilosrdno devastirala prostor i afirmirala bezlična i uniformirana putovanja s predznakom poznatih 4S. Takav agresivni turizam koji slijedi isključivo ekonomske i tehničke zahtjeve, dostigao je masovnost neslučenih razmjera, veoma često zanemarujući kvalitativne razvojne determinante. Turizam će u XXI vijeku postati vodeća svjetska privredna djelatnost sa najvećim

brojem zaposlenih i moćnim uticajem na privredni razvoj države (Črnjar, 2002). Ali, u isto vrijeme turizam je jedna od najrizičnijih akti vnosti jer je zavisian od ekonomske, političke, socio-kulturne i ekološke stabilnosti. Zato je vrlo važno da turistički razvoj ne uništava turističke atrakcije vnosti i na taj način odvraća turističku tražnju, jer je očuvano prirodno, kulturno i socijalno okruženje je osnovni uslov za turistički razvoj, dok saturirani prostori postaju neatraktivni za turiste. Menadžment turističke destinacije predstavlja složen sistem upravljanja koji traži veliko i složeno interdisciplinarno znanje na lokalnom, regionalnom i državnom nivou. Ključno pitanje na koje mora da odgovori je pitanje stvarnih mogućnosti destinacije da primi i kvalitetno zbrine odgovarajući broj turista, što se u teoriji i praksi susreće pod pojmom optimiziranje prihvatnog kapaciteta. Samo se tako može doći do odgovora, može li turizam dalje rasti i gdje su te granice. Toj problematici treba pristupiti veoma ozbiljno, kako nekontrolisani razvoj ne bi doveo do uništavanja resursne osnove, posebno u zaštićenim područjima. Primjenom naučnih instrumenata mora se naći odgovor na pitanje, postoje li uopšte mogućnosti dalje ekspanzije razvoja turizma, i ako postoje, u kojem smjeru.

4. RAZMASOVLJENJE TURIZMA - PRVI KORAK KA ODRŽIVOM TURISTIČKOM RAZVOJU

4.1. KAKO DOSTIĆI ODRŽIVOST U TURIZMU

Pojam „održivost“ postao je centralna tema u turizmu (Byrd, Cardenas, 2007). Održivi turizam (Sustainable Tourism) je kao pojam izveden iz šireg pojma “održivi razvoj” (Sustainable Development). To je dio novog, cjelokupnog posmatranja turizma koji objašnjava ekonomske, ekološke i socijalne aspekte turizma (Magaš, 1997). Održivi turizam je turizam koji traži minimalne ekološke i socio-kulturne uticaje dok obezbjeđuje ekonomske benefite za lokalnu zajednicu i zemlju domaćina (Mahonk Agreement, 2000).

Često u teoriji i praksi dolazi do miješanja koncepta održivog turizma sa konceptom

ekoturizma i drugih alternativnih vidova turizma zasnovanih na prirodi. Istina pojmovi održivi turizam i ekoturizam su u mnogim aspektima u skladu ali ih je izjednačavati pogrešno jer je ekoturizam samo jedna od komponenti održivog turizma. Zato WTO (2004) naglašava da se termin ekoturizam odnosi na posebnu „nišu” u sektoru turizma, dok se održivost obično shvata kao nešto što je primjenjivo na sve turističke aktivnosti, uključujući i alternativne i konvencionalne (tradicionalne) forme turizma. Diamantis (1998) tretira ekoturizam kao komponentu alternativnog i komponentu turizma baziranog na prirodi. Ostali vidovi alternativnog turizma i turizma zasnovanog na prirodi takođe su održivi i slični ekoturizmu, dok na drugom kraju spektra masovni turizam i ostali vidovi turizma poput festivala, poslovnih putovanja i sl. takođe tragaju za održivošću.

Prema UNWTO (2004) za održivi razvoj turizma neophodno se pridržavati se šest glavnih principa:

1. visok nivo zadovoljstva turista
2. optimalno korišćenje resursa iz okruženja
3. poštovanje socio-kulturne autentičnosti lokalne zajednice
4. obezbjeđenje socio-ekonomskih benefita za sve stejkoldere
5. konstantno praćenje uticaja
6. informisano učešće svih relevantnih stejkholdera

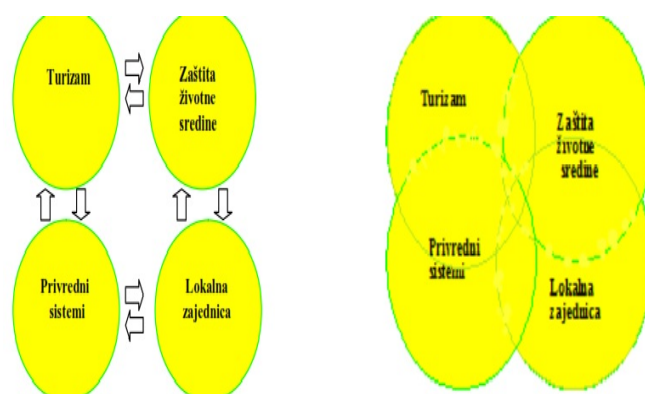
Iako bi ove principe trebalo primjenjivati kod svih vidova turizma kako tradicionalnih tako i alternativnih, jasno je da se neki od njih veoma teško mogu primijeniti kod masovnog turizma. To znači da kvalitetan i u isto vrijeme održiv turistički razvoj zahtijeva napuštanje koncepta masovnosti, ili bolje reći ublažavanje negativnih efekata koje je razvoj tradicionalne forme turizma donio, a u korist novih, specifičnih vidova turizma.

4.2. RAZLIKE IZMEĐU NOVOG I STAROG TURIZMA

Brzi rast turizma s obzirom na njegovu prostornu i vremensku koncentraciju prouzrokuje ekološke, socijalne i ekonomske štete (Mihalič, 1995). Međutim, dugo vremena je podsticana ekspanzija turizma kao privredne grane, a da pritom nije

vođeno računa o njegovim štetnim uticajima, tako da su neke turističke destinacije dugoročno pretrpjele više štete nego što su imale koristi od tzv. masovnog turizma. Ovakva iskustva uz promjenu društvene strukture i svijesti dovela su do novog posmatranja turizma. Na turizam se više ne gleda kao prije. Zbog problema povezanih sa konvencionalnim ili masovnim turizmom mnogi naučnici i praktičari oduševljeno promoviraju nove ili alternativne vidove turizma kao sredstva za dostizanje održivog turističkog razvoja. Još od sedamdesetih godina prošlog vijeka javili su se prvi otpori prema masovnom turizmu, tom “žderaču prostora” kako ga je nazvao čuveni ekspert za turizam Jost Krippendorff. Od tada se sve više govori o “mekom”, “humanom” ili “nježnom” turizmu. Masovni turizam sve više biva zamjenjen novim selektivnim ili alternativnim oblicima i vrstama turizma. Brojna istraživanja pokazuju da najveću stopu rasta iz godine u godinu bilježe specifični vidovi turizma povezani sa boravkom u čistoj prirodi, uz bavljenje nekim vidom rekreacije ili ekstremnih sportova. Tristi traže nove egzotične destinacije koje će otkriti i istraživati. Sve to ukazuje da kvalitet i privlačnosti prirodnog okruženja čine temelj ekonomije u turizmu, te da će najuspješnije turističke destinacije u budućnosti biti one koje nude unikatni turistički proizvod u očuvanom okruženju. Na slici 2. prikazani su novi i stari koncepti razvoja turizma. Kod starog koncepta zainteresovane strane su slabo povezane, dok je kod novog koncepta prisutan međusobni uticaj, povezanost i međuzavisnost.

Slika 2. Stari i novi koncept razvoja turizma



Izvor: Održivi razvoj turizma, grupa aurora, 2005, str.63-64

U tabeli 1. date su najznačajnije razlike između novih i starih turista. Masovni ili stari turizam je bio zasnovan na standardizovanim i čvrsto „upakovanim” putovanjima, dok je novi turizam fleksibilan, održiv i individualno orijentisan a novi turisti su iskusniji, fleksibilniji, nezavisniji, svjesniji kvaliteta, teži za zadovoljavanje jer uz odmor traže i druge sadržaje.

Tabela 1. razlike između starih i novih turista

| Turistički potrošači „juče“ | Turistički potrošači „danas“ |
|-----------------------------|---|
| neiskusni | iskusni |
| neupućeni | upućeni |
| homogeni | heterogeni |
| isplanirani | spontani |
| predvidivi | nepredvidivi |
| željni odmora | uz odmor traže druge sadržaje |
| putuju u grupi | individualci |
| bježe od svakodnevice | upotpunjavaju svakodnevicu novim doživljajima |
| zavisni | nezavisni |

Izvor: *Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tour sector, International labour organization, Geneva, 2001, str.16*

4.3. PRIHVATNI KAPACITET TURISTIČKE DESTINACIJE

Turizam rapidno raste, jedna petina svjetske populacije putuje. Zadatak destinacijskog menadžmenta nije da zaustavi taj rast već da njime upravlja na način da on bude primjeren turistima, lokalnom stanovništvu i životnoj sredini. Jedan od najvećih problema turizma je problem njegovog prekoračenja poželjne granice. Koliko turista je premnogo? Šta je tačno održivi nivo razvoja turizma? Kako se taj nivo mjeri? pitanja su koja muče destinacijske menadžere širom svijeta. Kao odgovor na navedena pitanja razvijen je koncept prihvatnog kapaciteta. U naučnim i stručnim radovima kao sinonimi za pojam „prihvatnog kapaciteta” koriste se termini „prihvatni potencijal”, „granice nosivosti”, „kapacitet nosivosti” i sl. i svi se oni odnose na istu stvar.

Negativni uticaji turističkih aktivnosti na prirodne, društvene, kulturne i ekonomske aspekte često se

stavljaju u vezu sa brojem turista koji posjećuju turističku destinaciju. Zahvaljujući tome nastao je možda najkompleksniji koncept teorije i prakse turizma, poznat kao prihvatni kapacitet (Stojanović, 2007). Svjetska turistička organizacija (WTO) definiše prihvatni kapacitet za turizam kao: maksimalan broj ljudi koji mogu posjetiti određenu turističku destinaciju u isto vrijeme, a da to ne izazove degradaciju fizičkog, ekonomskog i sociokulturnog okruženja i ne dovede do neprihvatljivog srozavanja kvaliteta zadovoljstva posjetilaca. Međutim, koliki je „maksimalan broj” teško je ili nemoguće odrediti jer se razlikuje od slučaja do slučaja i zavise od pridodnog okruženja u destinacija, vrste proizvoda koji se nudi, tipa turista i faze žiotnog ciklusa destinacije.

Razlikujemo sledeće aspekte (tipove) prihvatnog kapaciteta:

- fizički,
- psihološki,
- biološki,
- socijološki,
- ekonomski.

Svaki od ovih aspekata i ma različiti prag i različite i mplikacije na razvoj turizma što dodatno komplikuje definisanje prihvatnog kapaciteta.

Fizički aspekt se odnosi na količinu raspoloživog zemljišta za gradnju neophodnih objekata. Na ovaj aspect bitno utiču prostorni planovi tj. distribucija različitih sadržaja. Psihološki aspekt je teško odrediti jer različiti ljudi različito doživljavaju gužvu. On je premašen kad je doživljaj turista znatno umanjen zbog velikog broja ljudi u destinaciji. Biološki aspekt je premašen kada postoji ili ozbiljno prijeti zagađenje i narušavanje okruženja. Sociološki aspekt odnosi se na nivo razvoja koji je prihvatljiv lokalnom stanivništvu i razvoju privrede na tom području. On se odnosi na mogućnost očuvanja društvenih i kulturnih specifičnosti lokalne zajednice i mogućnost prihvatanja komunikacije sa ljudima različitih kulturnih vrijednosti. Ekonomski aspekt prihvatnog kapaciteta se odnosi na sposobnost da se razvija turizam i sa njim povezane grane, a da pri tome nema pritisaka na druge dugoročno

profitabilne i lokalnom stanovništvu prihvatljive aktivnosti.

Menadžment na nivou destinacije donosi odluku o visini prihvatnog kapaciteta na osnovu opsežnih interdisciplinarnih istraživanja. On nije nepromjenljiva veličina već zavisi od postavljenih ciljeva do strane menadžmenta destinacije. Na povećanje prihvatnog kapaciteta se može djelovati najefikasnije smanjenjem sezonalnosti.

Iako je prihvatni kapacitet jedan od najčešće korišćenih okvira za upravljanje posjetiocima još uvijek nije pronađena "formula" kako na najjednostavniji način odrediti ovaj kapacitet turističke destinacije. Njegovo značenje u teoriji je razumljivo i lako shvatljivo, no ipak, pri njegovom određivanju javljaju se brojni problemi što potvrđuju brojna istraživanja. Butler (1997) tvrdi da će teško ikada biti moguće realno utvrditi maksimalan broj turista koji bi trebali posjetiti turističku destinaciju u određenom vremenskom periodu. Nadalje, čak i ako bi to bilo moguće odrediti i prihvatiti te limite, ostaje nejasno kako se to sve može sprovesti u praksi, jer je turizam fragmentirana industrija a mnogi turistički objekti i resursi su u privatnom vlasništvu. Zbog navedenih problema originalni koncept prihvatnog kapaciteta tokom vremena se razvio u brojne alternativne okvire odlučivanja kao što je koncept granice prihvatljivih promjena (Limits of Acceptable Change - LAC) i koncept procjene uticaja na životnu sredinu. Prema McCool i Lime (2001) primarno pitanje prihvatnog kapaciteta nije „Koliko turista nije previše“, već kolike promjene u ekološkom okruženju su prihvatljive s obzirom na razvojne ciljeve turističke destinacije. Dakle, koncept LAC-a polazi od pretpostavke da su promjene neminovne i nastoji uspostaviti okvir za praćenje tih promjena. Promjene se prate uz pomoć seta indikatora koji se odnose na ekonomske, ekološke i socijalne kriterijume, stavove lokalnog stanovništva i samih turista. Neki od ovih indikatora su kvantitativni i lako se određuju dok su neki isključivo kvalitativni i samim tim teži za definisanje.

Jedna od najčešće korišćenih i najefektivnijih metoda pomoću koje se određuje da li će neki turistički projekat biti održiv ili ne je procjena uticaja na životnu sredinu (Environmental Impact Assessment - EIA). Postoje različiti modeli i

metode procjene uticaja na životnu sredinu koje mogu uključivati upotrebu kontrolnih lista ključnih uticaja, kartografske analize prostornih uticaja, simulacione modele i tehnike predviđanja.

5. PERSPEKTIVE RASTA I RAZVOJA CRNOGORSKOG TURIZMA

Crna Gora je jedna od najbrže rastućih turističkih destinacija na svijetu. Prema podacima Ministarstva održivog razvoja i turizma u Crnoj Gori je tokom 2010. godine boravilo 1.231.777 što predstavlja rast od 4.7% u odnosu na prethodnu godinu. Ostvareno je 6.899.430 noćenja ili 5.57% više nego prethodne godine. Međutim, uprkos navedenim podacima možemo reći da turizam u Crnoj Gori raste, ali se ne razvija u željenom pravcu jer njegov rast nije rezultat pažljivog planiranja već se događa spontano (Bulatović D. i Bulatović, A, 2012).

Saremeni trendovi na turističkom tržištu pogoduju Crnoj Gori koja ima, naročito u zaštićenim područjima, zavidne potencijale da razvije kvalitetne specifične vidove turizma znanove na prirodi. Međutim, razvoj ovih vidova turizma je tek u početnoj fazi, a upravljanje crnogorskim turizmom još uvijek nije efikasno i sistemski utemeljeno. Postojeći sistem djeluje nestabilno, reaguje i prilagođava se trenutnim promjenama, ne nastupa aktivno, dugoročno i planski. Nedostatak pravog upravljanja razvojem crnogorskog turizma, kao i sezonska koncentracija turističkih aktivnosti na ljetnje mjesec dovela je do velikih problema koji se u budućem vremenu moraju rješavati. U špicu sezone zbog velikih gužvi izražen je pritisak na saobraćajnu i komunalnu infrastrukturu, kao i nedostatak kupališnog prostora. Takođe, zbog izražene sezonalnosti, najveći dio smještajnih kapaciteta većim dijelom godine je van funkcije. Ovo se posebno odnosi na privatne sobe i apartmane, vikendice i vikend stanove koji se nalaze na vrlo atraktivnim lokacijama na crnogorskom primorju. Takva neadekvatna razvojna rješenja dovode čitavu destinaciju u jedno pomalo haotično stanje. Održivi razvoj turizma mora postati imperativa daljeg razvoja Crne Gore, što uključuje sve oblike zaštite mora, obale i zaleđa kao i usklađivanje razvojnih dokumenata s visokim ekološkim standardima.

Potrebno je da se odrede kvalitativne i kvantitativne dimenzije, te da se razvoj turizma strategijski usmjerava. Strategiju razvoja turizma treba da sprovodi i koordinira tim stručnjaka iz različitih oblasti. Prilikom planiranja turističkog razvoja moraju se uzeti u obzir savremeni trendovi i međunarodni standardi, ali i lokalne specifičnosti, prirodne i socio-kulturne karakteristike Crne Gore. U tom procesu moraju uzeti učešće sve zainteresovane strane, koje često imaju različite poglede i interese. Te različite poglede i interese je neophodno međusobno uskladiti. Neminovno se nameće se potreba ocjene stvarnih mogućnosti Crne Gore kao turističke destinacije da pri mi i kvalitetno zbrine odgovarajući broj gostiju. Moraju se utvrditi i izračunati grani ce prihvatnog kapaciteta, te utvrditi da li su one i na kojim elementima već probijene. Treba na naučnoj osnovi pronaći odgovor na pitanje – postoje li uslovi za dalju ekspanziju turizma i ako postoje u kom smjeru? Potrebno je zakonski odrediti standarde i propise o najvišoj mogućoj opterećenosti turističke infrastrukture, regulacije zagađivanja i sl. Iskustva drugih država pokazuju da je neophodno utvrditi maksimalne vrijednosti broja ležajeva po opštini, po stanovniku i po m² plaže. Moraju se podsticati oni oblici turističkog razvoja koji održavaju dragocjena prirodna bogastva, i izbjegavaju nepotrebno trošenje resursa. Turistička infrastruktura se mora oblikovati tako da se zaštiti prirodna baština kao i da se uvažavaju potrebe lokalnog stanovništva. Samo na taj način će se dobiti održivi turizam koji ne uništava svoju bazu i ne stvara nenadoknadive štete, odnosno turizam koji raspoložive resurse koristi a ne iskorišćava i na taj način ih čuva za naredne generacije.

6. ZAKLJUČAK

Kada govorimo o rast u turističkog sektora neophodno je napraviti razliku između rasta i razvoja jer između njih ne postoji znak jednakosti kako se to donedavno smatralo. Uspjeh u turizmu više se ne mjeri brojem posjetilaca već doprinosom turizma ukupnom društveno ekonomskom razvoju zajednice. Održivi razvoj turizma danas je postao prioritet gotovo svih turističkih destinacija, a razvojna vizija turizma se ne može uspješno koncipirati ako se istovremeno

ne sagleda socijalna, politička, kulturna, ekološka i tehnološka vizija. Naravno, sve ove razvojne dimenzije jednako su važne, a sklad između njih se može postići jedino ako turizam prestane nekontrolisano da raste i nastavi da se razvija na kvalitetan i održiv način. Održivi turizam predstavlja širok pojam i obihvata sve forme turizma uspostavljene u skladu sa prirodnim, socijalnim u društvenim vrijednostima, koje omogućavaju domaćinima i gostima međusobne interakcije i pozitivno zajedničko iskustvo. Takav turizam moramo razvijati i u Crnoj Gori, što zahtijeva napuštanje koncepta masovnog turizma i ublažavanje njegovih negativnih efekata kroz razvoj novih ili specifičnih oblika turizma. Turizam nam se ne bi smio, kao do sada spontano događati, već ga je potrebno planirati i kontrolisati, te kvalitetom pruženih usluga zadovoljiti potrebe i želje turista. Moraju se utvrditi i izračunati granice prihvatnog kapaciteta, te utvrditi da li su i na kojim elementima već probijene. Potrebno je zakonski odrediti standarde i propise o najvišoj mogućoj opterećenosti turističke infrastrukture, regulacije zagađivanja i sl. Takođe je potrebno u najvećoj mogućoj mjeri koristiti tehničko-tehnološka rješenja koja doprinose očuvanju prirode i zaštiti životne sredine, posebno najvrednijih prirodnih resursa kao što su more obala, nacionalni parkovi i sl. Na taj način ćemo dobiti održivi turizam koji ne uništava svoju bazu i ne stvara nenadoknadive štete, odnosno turizam koji raspoložive resurse koristi a ne iskorišćava i na taj način ih čuva za naredne generacije.

4. LITERATURA

- Bulatović, D., Bulatović, A., (2012), Development of Ecotourism in Montenegro - Response on Tourism Globalization, International Conference "National and European Identity as Part of European Integration Processes", Institute of International Politics and Economics, (28th and 29 June 2012), Belgrade. In press.
- Bulatović, D., (2008), Implementacija turističkih megatrendova u privredu Republike Crne Gore: magistarska teza, Ekonomski fakultet Subotica.
- Butler, R.W. (1997), The concept of carrying capacity for tourism destinations: Dead or merely buried? In C. Cooper and S. Wanhill (eds)

- Tourism Development: Environmental and Community Issues (pp. 11–21). Chichester: John Wiley.
- Črnjar, M., (2002), *Ekonomika i politika zaštite okoliša*, Ekonomski fakultet Sveučilišta i Glosa Rijeka Rijeka.
- Diamantis, D., (1998), Consumer behaviour and ecotourism products, *Annals of Tourism Research* 25 (2), 515–518.
- Grupa autora, (2005), *Održivi razvoj turizma*, Rijeka, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Opatija.
- Hicks, N. and Streeten, P. (1995) Indicator of development: The search for a basic needs yardstick. In K.V. Pillai and L.W. Shannon (eds) *Developing Areas: A Book of Readings and Research* (pp. 31–44). Oxford: Berg.
- Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tour sector, International labour organization, (2001), 16, Geneva.
- Engel, J. R., Engel, J. G, eds, (1990), *Ethics of Environment and Development, Global Challenge and International Response*, Belhaven Press, London.
- Ladens, D.S. (1995) Why are we so rich and they so poor? In K.V. Pillai and L.W. Shannon (eds) *Developing Areas: A Book of Readings and Research* (pp. 74–85). Oxford: Berg.
- Magaš, D., (1997), *Turistička destinacija*, Hotelijerski fakultet, Opatija.
- McCool, S.F. and Lime, D.W. (2001) Tourism carrying capacity: Tempting fantasy or useful reality? *Journal of Sustainable Tourism* 9 (5), 372–88.
- Mieczkowski, Z. (1995) *Environmental Issues of Tourism and Recreation*. Lantarn, MD: University Press of America.
- Mihalič, T., (1995), *Ekonomija okolja v turizmu.*, UL, Ekonomska fakulteta Ljubljana.
- Nafziger, E.W. (1990) *The Economics Of Developing Countries* (2nd edn). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Seers, D. (1979) The meaning of development with a postscript. In D. Lehmann (ed.) *Development Theory* (pp. 9–32). London: Frank Cass.
- Sharpley, R. and Telfer, D.J. (eds) (2002) *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Clevedon: Channel View.
- Stojanović, V., (2007), *Održivi razvoj turizma i životne sredine*, PMF –Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad.
- Thirlwall (1989), *Growth and Development* (4th edn). London: MacMillan.
- Todaro, M.P., (1989) *Economic Development in the Third World*. New York: Longman.
- World Tourism Organization, (2004), *Concepts and Definitions of Sustainable Development of Tourism by the World tourism Organization*.
- World Tourism Organization, UNWTO World tourism barometer, Volume 11, Madrid, January 2012.
- World Tourism Organization, UNWTO Tourism towards 2030, (2011), Madrid.
- World Tourism & Travel Council, *Travel & tourism economic impact 2012*, (2012), London.
- Vukonić, B., Čavlek, D., (2001), *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb.