

**UNIVERZITET “MEDITERAN”
FAKULTET ZA TURIZAM
PODGORICA, CRNA GORA
Prof.dr Darko Lacmanović**

TURIZAM U KONTEKSTU BIZNISA I ZAPOŠLJAVANJA

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ **Uvodna pitanja:**
- ▶ Koliko je sektor turizma i ugostiteljstva atraktivan kao biznis?
- ▶ Koji su ključni izazovi sektora turizma i ugostiteljstva u Crnoj Gori, kada su u pitanju preduzetništvo i zapošljavanje?
- ▶ Kakva su očekivanja u vezi budućih potreba za znanjima i vještinama u turizmu i ugostiteljstvu?

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ **Atraktivnost sektora turizma i ugostiteljstva**

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- Turizam.....jedan od najbrže rastućih sektora u svijetu
- Budućnost turizma i putovanja...
- Suborbitalni komercijalni let na visini od 110 km na granici svemira....u bliskoj budućnosti....Virgin Galactic (Richard Branson) rasprodao je unaprijed 700 karata po cijeni od 250.000\$ po letu na svemirskom avionu SpaceShip Drago, ovaj projekat košta 600.000.000 dolara (emitovano na BBC Earth-u, 14.10.2017.)
- Blue Origin (Jeff Bazos/Amazon.com), SpaceX (Ilon Mask /PayPal, Tesla)

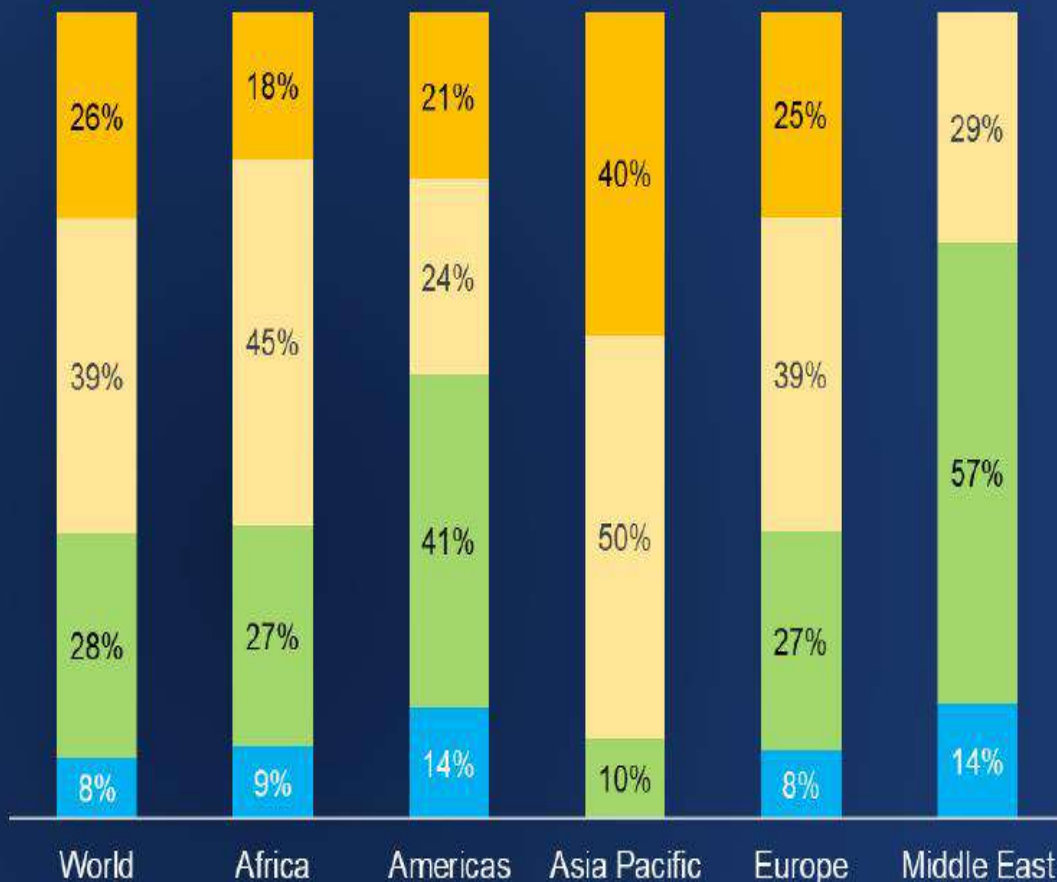
Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- *Osnovni indikatori svjetskog turističkog tržišta u 2019.g., 2020. , 2021. i 2022.*
- **Posjetioci:**
- 1,464 mlrd. turista (400 mil.2020; 415 mil.2021; **917 mil. 2022**); od čega 744,3 (**235,7 mil.2020; 279,8 mil.2021; 584,9 mil.2022**) miliona u Evropi (51,1 % 2019; **58,9% 2020; 67,4% 2021; 63,8% 2022**);
- Broj posjetilaca po pojedinim zemljama: Francuska **89 mil***; Španija 83,7 mil.(**19 mil.2020**); SAD 79,3 mil.(**19,4 mil.2020**); i Kina 65,7 mil.
- **Prihodi:**
- 1.466 mlrd. \$ prihoda od turizma (**536 mlrd. \$ 2020**); od čega 572,2 mlrd. \$ (**233,8 mlrd. \$ u 2020**) Evropi (39,03% 2019; **43,6% 2020**);
- Prihodi pojedinih zemalja:
- SAD 214,1 mlrd. \$ (**76,2 mlrd. \$ 2020**); Španija 79,7 mlrd. \$ (**18,1 mlrd. \$ 2020**); Francuska 63,8 mlrd. \$ (**32,2 mlrd. \$ 2020**); Tajland 60,5 mlrd. \$ (**14,2 mlrd. \$ 2020**);
- **Potrošnja:**
- Turistička potrošnja po pojedinim zemljama: Kina 254,6 mlrd.\$ (**130,61 2020**); SAD 152,3 mlrd.\$ (**44,7 2020**); Njemačka 93,2 mlrd.\$ (**40,2 2020**) ; V.Britanija 71 mlrd.\$ (**21,3 2020**); i Francuska 51,7 mlrd.\$ (**27,4 2020**);
- **Turistička potrošnja po stanovniku u 2016: Hong Kong 3.284 \$; Australija 1.026 \$; V.Britanija 970 \$; Njemačka 964 \$; Kanada 802 \$; Francuska 627 \$;**

When do you expect international tourism to return to 2019 levels in your country?

- 2025 or later
- 2024
- 2023
- Already achieved

Source: UNWTO Panel of Experts Survey (January 2023)

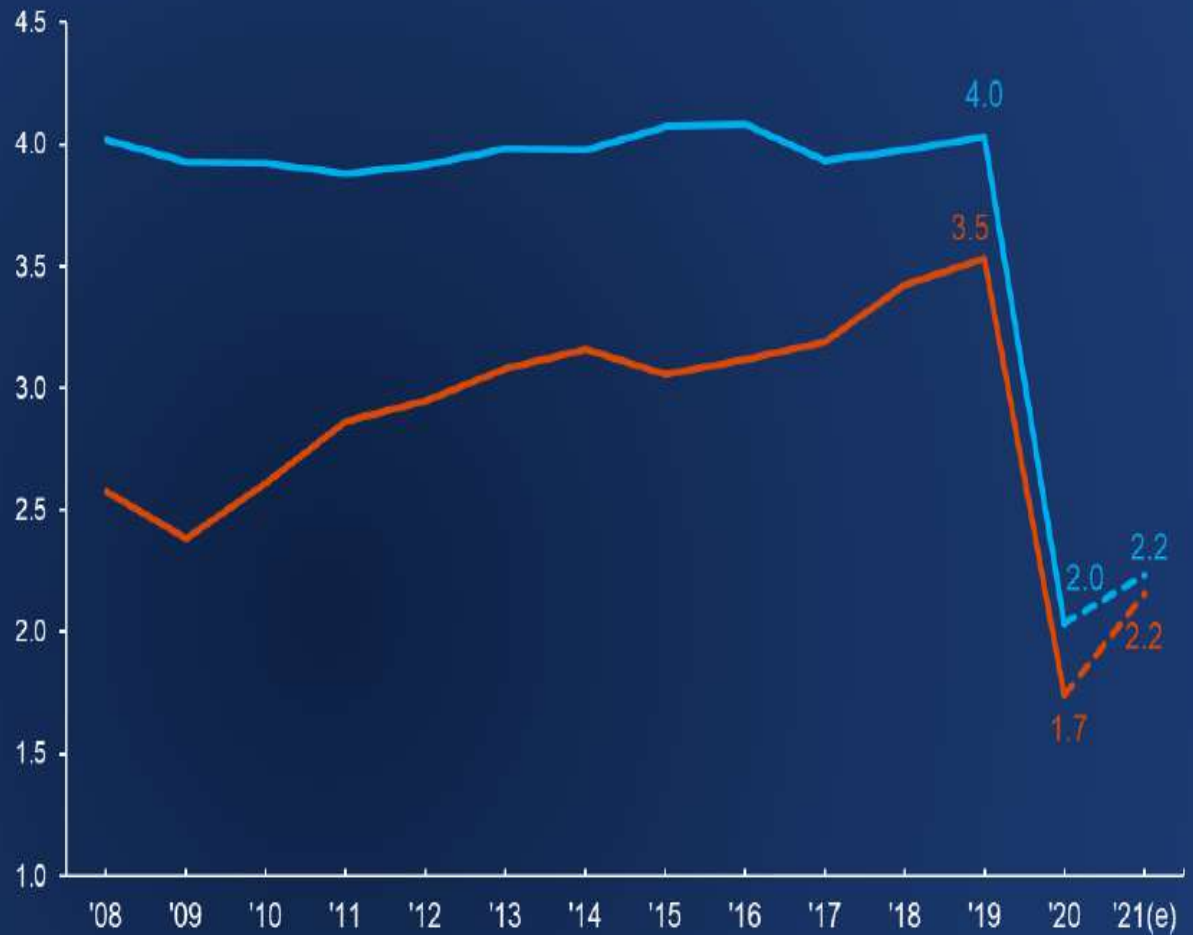


Tourism Direct Gross Domestic Product (TDGDP)*

- TDGDP (% of GDP)
- TDGDP (USD trillions)

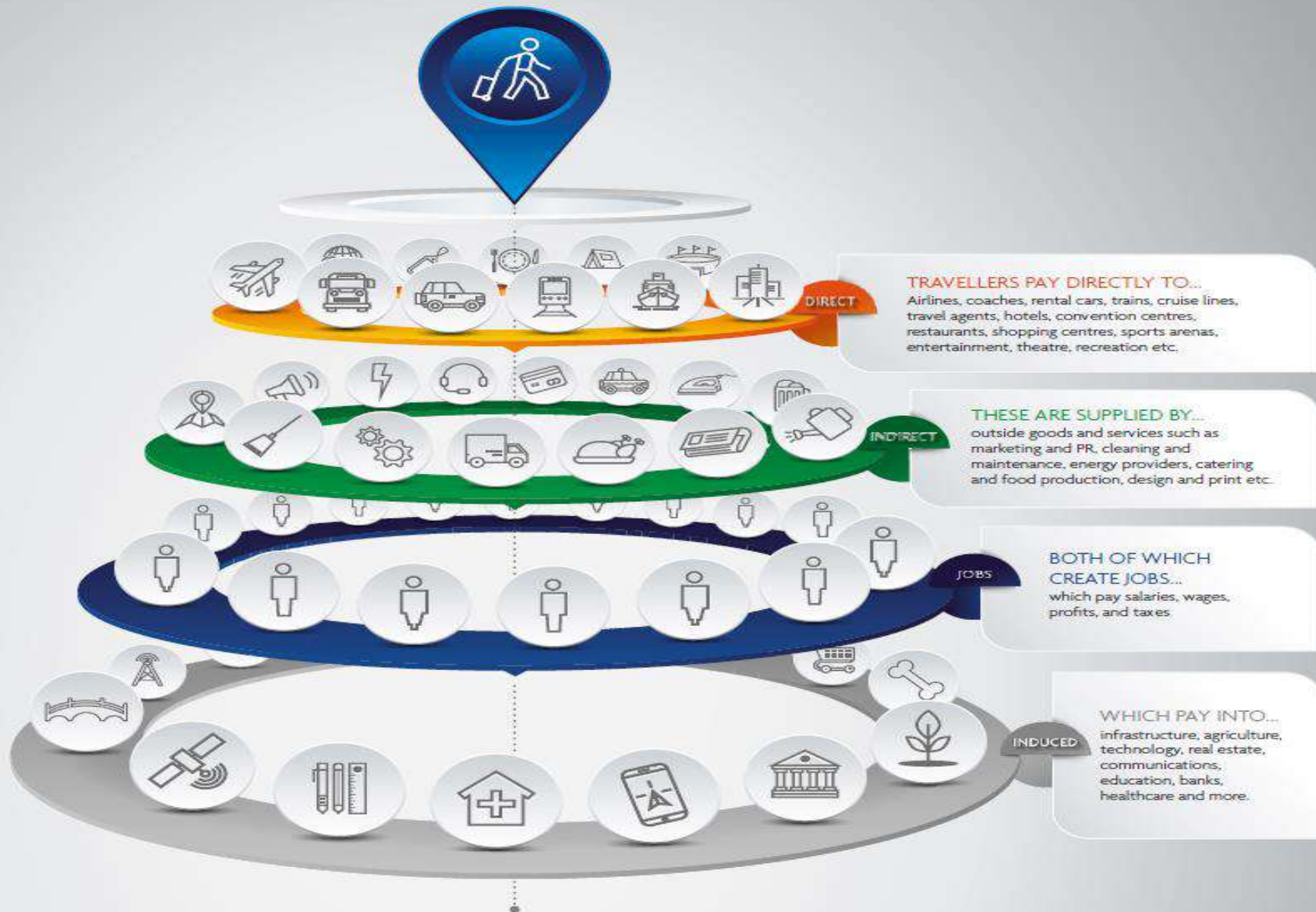
Source: UNWTO (September 2022)

*TDGDP measures the direct contribution of tourism to GDP using the conceptual framework of Tourism Satellite Accounts (TSA). This graph shows revised estimates from the findings first published in ["The Economic Contribution of Tourism and the Impact of Covid-19"](#) (Nov. 2021). Data for 2021 are preliminary estimates.

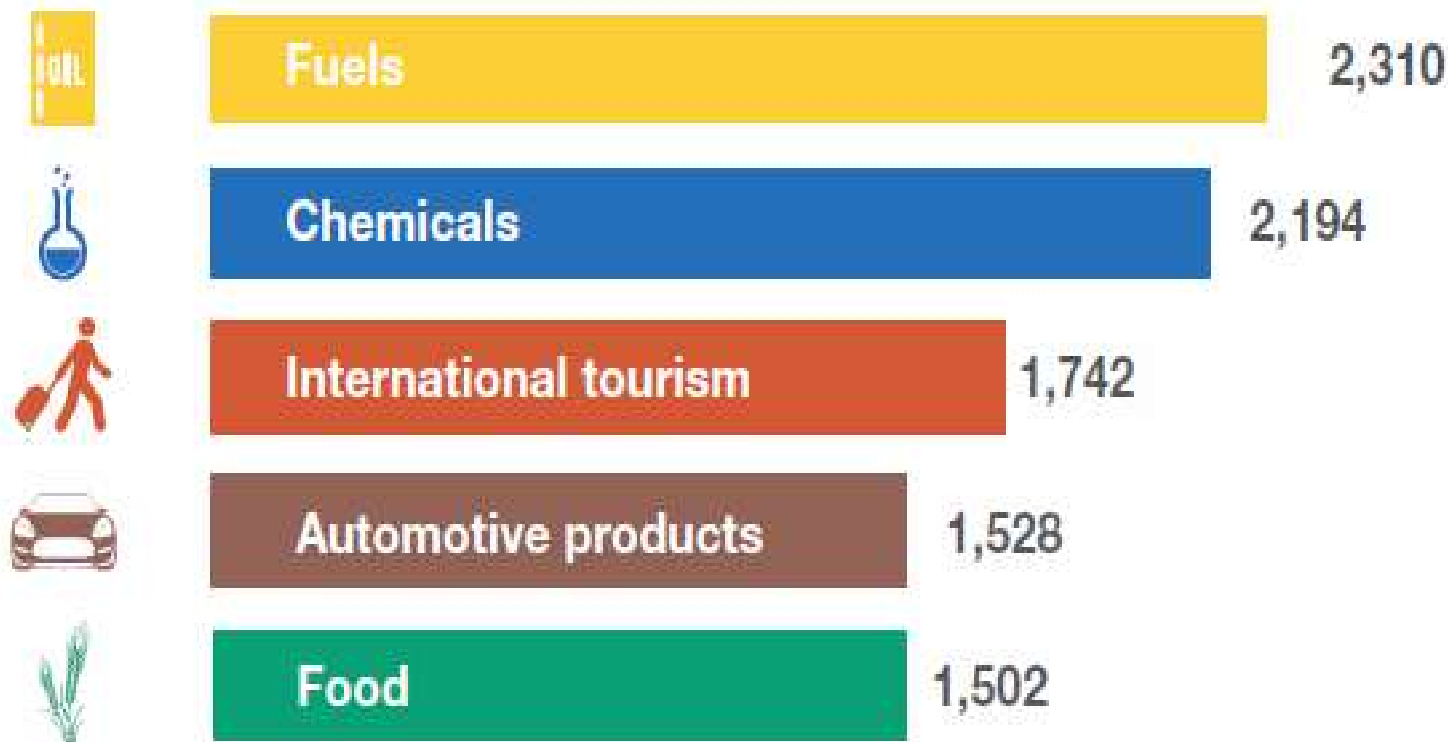


HOW MONEY TRAVELS

THE DIRECT, INDIRECT AND INDUCED EFFECT OF TOURISM SPENDING



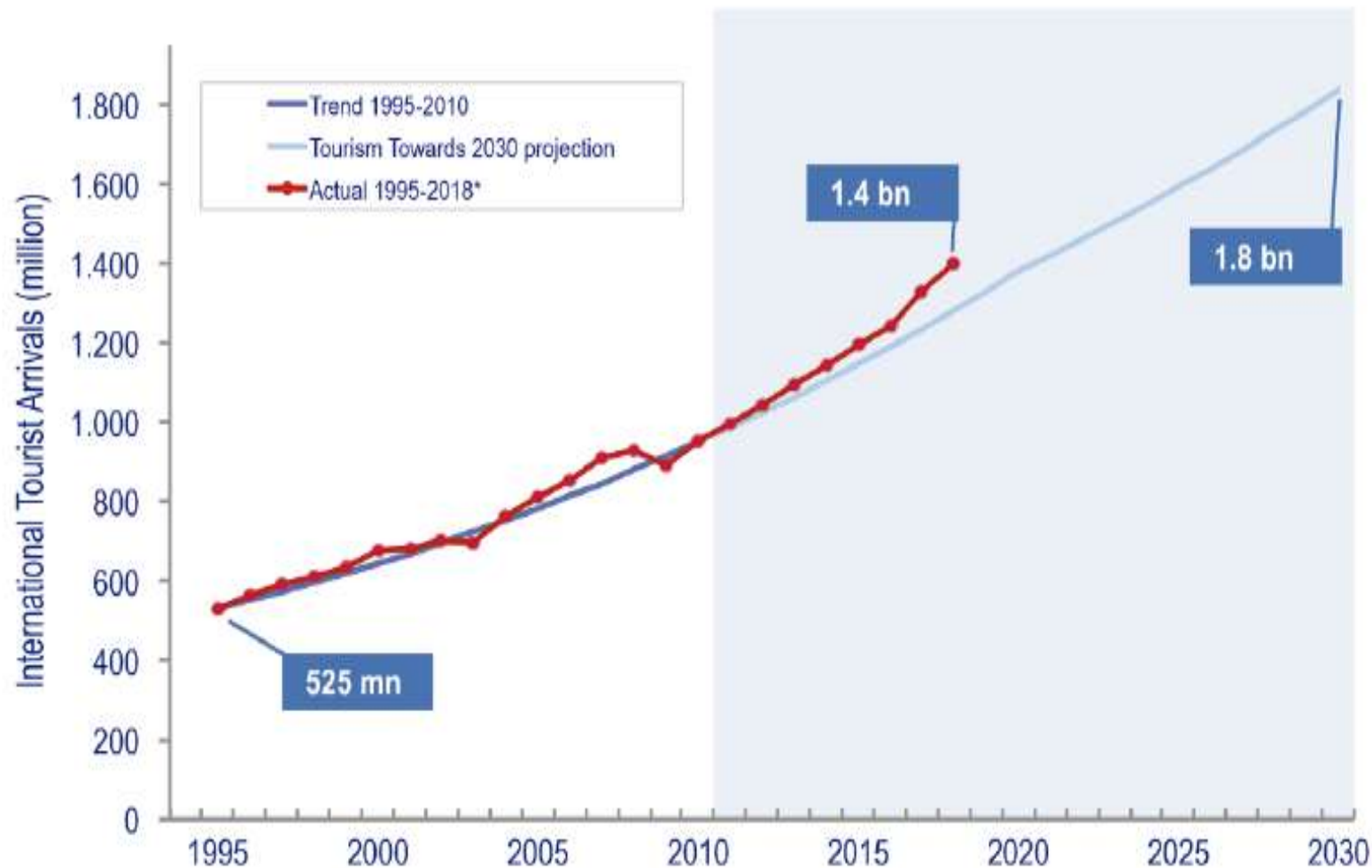
Tourism is the **world's third largest export category** after fuels and chemicals, and ahead of automotive products and food (2019)



Export earnings by product category, 2019 (USD billion)

Source: World Tourism Organization (UNWTO) and World Trade Organization (WTO).

Actual Trends vs Tourism 2030 Forecast- World



UNWTO tourism towards 2030: International tourism by region of destination

	International tourist arrivals received (million)					Average a year (%)					Share (%)	
	Actual data			Projections		Actual data		Projections			2010	2030
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-'95	'95-2010	2010-'30, of which				
								2010-'20	2020-'30			
World	277	528	940	1,360	1,809	4.4	3.9	3.3	3.8	2.9	100	100

Source: World Tourism Organization (UNWTO), January 2019

1.3 Forecast: 2022-2032

2022-2032 KEY FACTS

126mn
New jobs

Average Annual Growth
(T&T GDP)

+5.8%

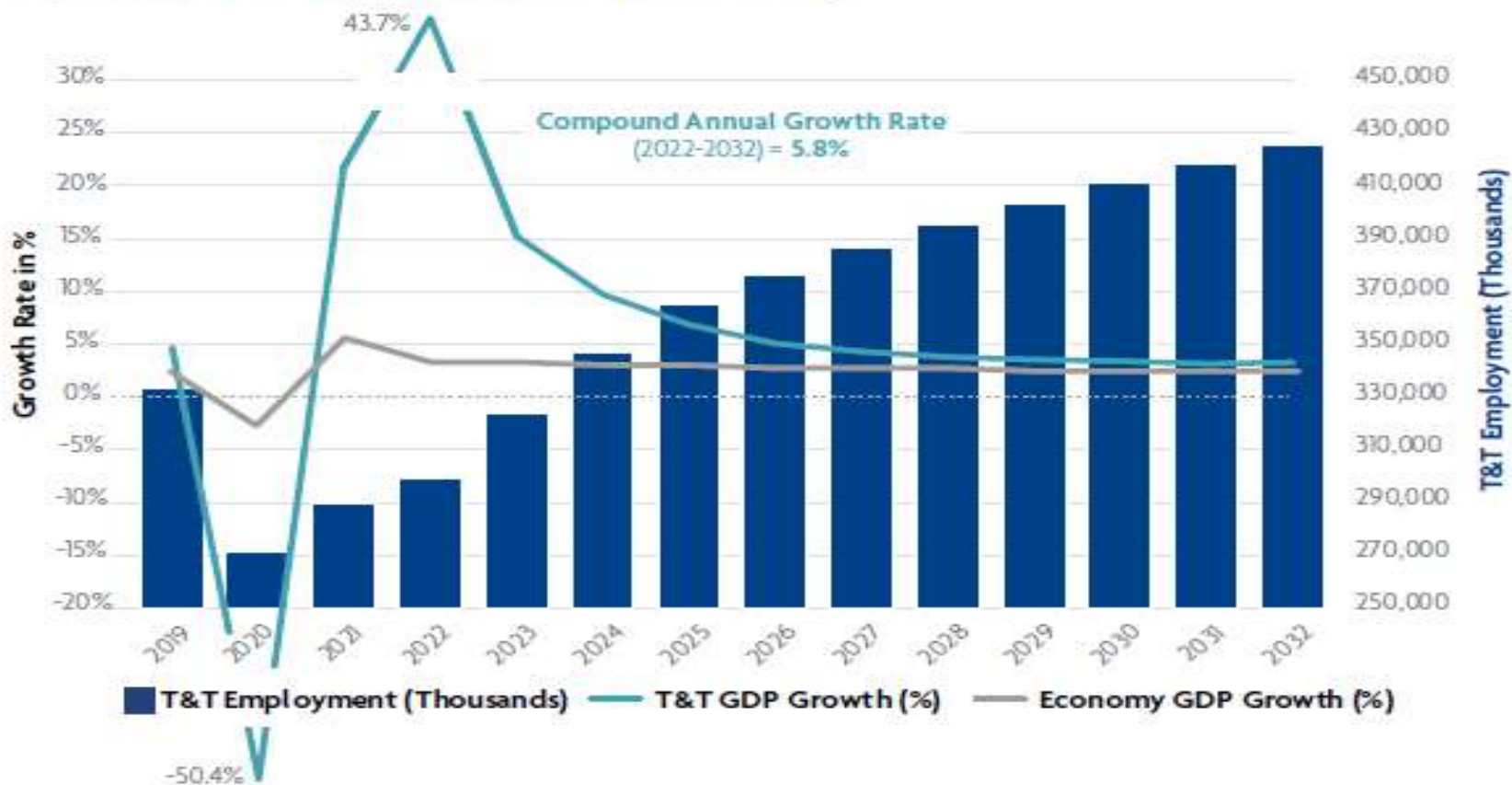
Vs

Global Economy GDP
average annual growth rate

+2.7%

ECONOMIC IMPACT 2022: GLOBAL TRENDS

Figure 8: Travel & Tourism Forecast (2022 – 2032)



Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

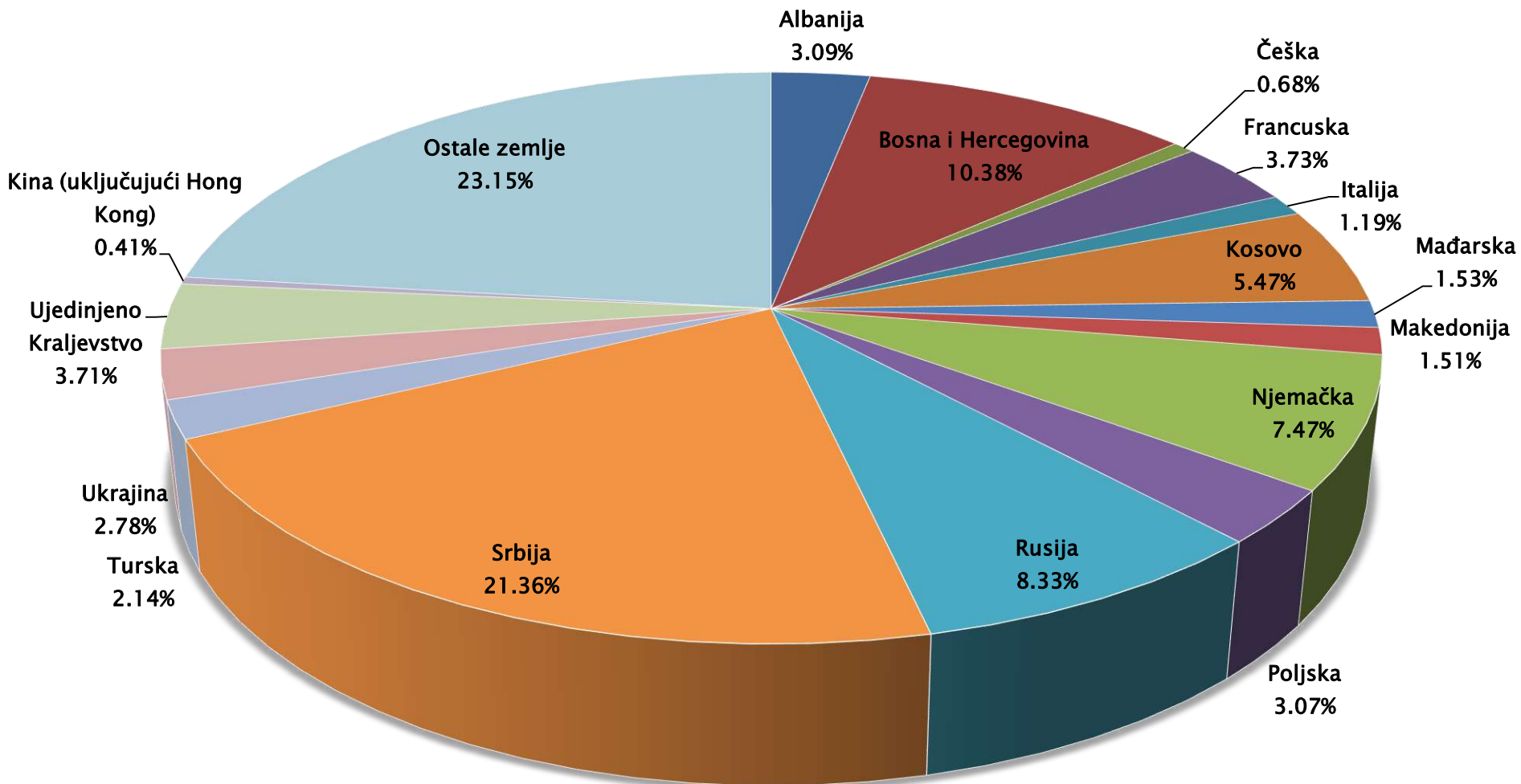
- ▶ **Izazovi sektora turizma i ugostiteljstva u Crnoj Gori**

Tabela 1. Turistički promet u Crnoj Gori u periodu 1987.g. – 2022.g.

	1987	1990	1997	2006	2011	2018	2019	2022
Ukupno posjetioci	1.281.962	1.112.700	663.270	952.000	1.373.454	2.204.856	2.645.217	2.183.975
Domaći posjetioci	879.591	808.100	626.446	570.000	172.355	128.053	135.592	147.572
Inostrani posjetioci	402.371	304.600	36.824	382.000	1.201.099	2.076.803	2.509.625	2.036.403

Izvor: Monstat, Domaći turista, 1987 – 2022., Crna Gora, Zavod za statistiku, Podgorica, 2023.

2022.



Slika 1. Struktura emitivnih tržišta Crne Gore u 2022.g.

Izvor: Monstat, Dolasci stranih turista prema zemlji pripadnosti, 2022., Crna Gora, Zavod za statistiku, Podgorica, 2023.



Porto Montenegro

 VISIT US


LUŠTICA BAY
WORTENBURG

EN 

LUŠTICA BAY

THINGS TO DO

STAY

REAL ESTATE

LUŠTICA BAY MARINA

ABOUT US

A PLACE TO BELONG

SCROLL DOWN



PORTONОВI
MONTENEGRO

PROPERTY ENQUIRY

STAY WITH US

BOOK A BERTH



PORTONОВI

REAL ESTATE

RENTAL

MARINA

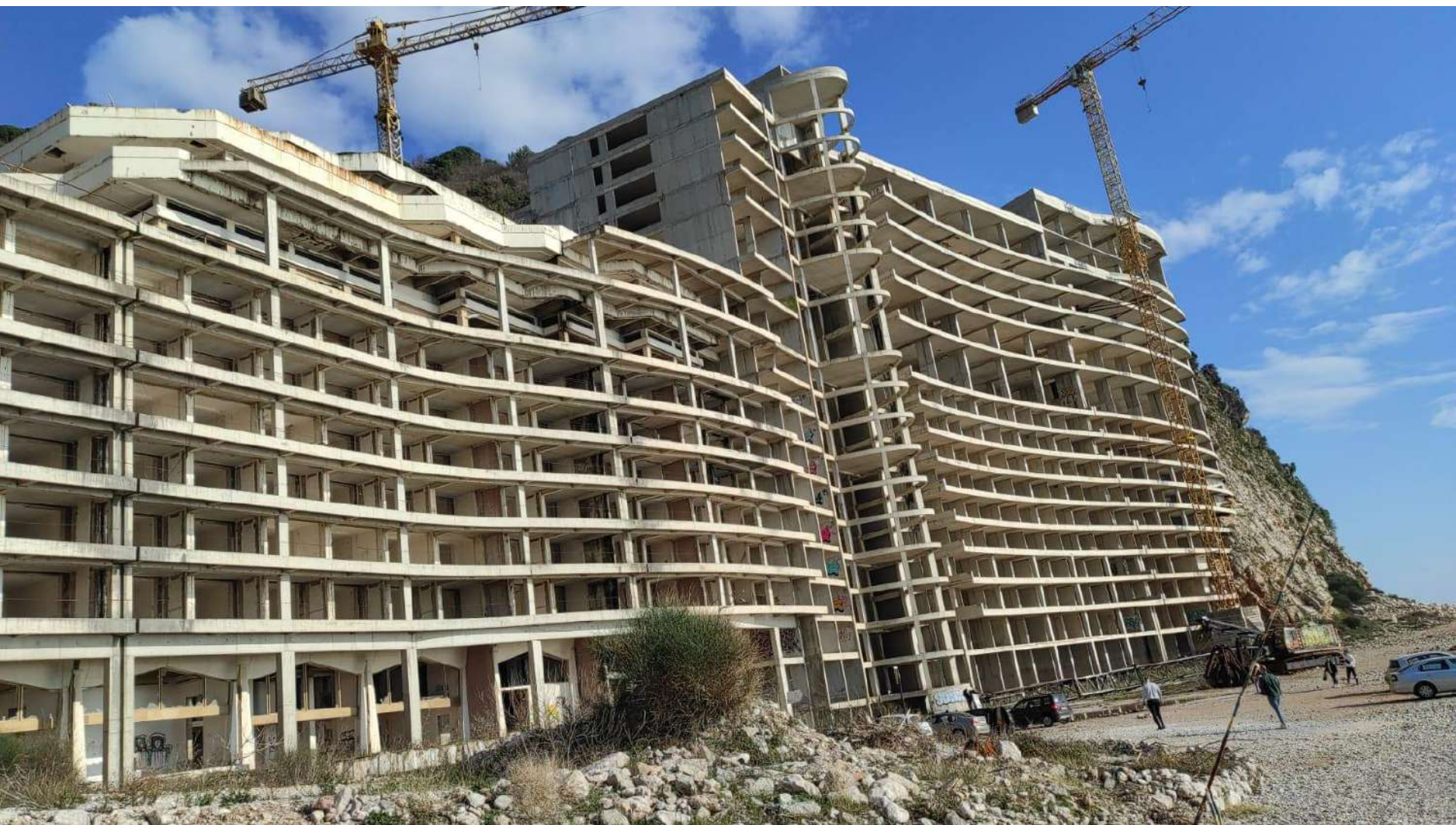
YACHT CLUB

ONE&ONLY PORTONОВI

SEE&DO

EN





Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ **Ključne poruke prije investiranja (političari i investitori):**
- ▶ »strateški značaj turističkih investicija«, »globalna prepoznatljivost turističke destinacije«, »novi turistički imidž«, »elitni turizam«, »zapošljavanje mladih u turizmu«
- ▶ **Ključne poruke poslije investiranja (investitori):**
- ▶ »Rezidencija i igralište, naselje i utočište, Porto Montenegro promoviše ljepotu, kulturu i avanturu, podstiče cjeloživotno učenje i obećava bolji način života za sve.« (Porto Montenegro)
- ▶ »Prefinjen, autentičan i živahan život na obali. Dom, isključivo vaš.« (Luštica Bay)
- ▶ »Odaberite svoju novu rezidenciju na Mediteranu i odmah se uselite« (Porto Novi)

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ Osvrt na razvoj sektora turizma (hotelijerstva) u Crnoj Gori
- ▶ **Dilema** koja se postavljala i postavlja se pred donosiocima odluka u jednom društvu kao što je Crna Gora a kada je u pitanju ključni pravac privrednog razvoja:
- ▶ **Šta je važnije razvijati – sektor nekretnina ili sektor turizma?**
- ▶ Dobro ili loše razvijen hotelski sektor uglavnom reprezentuje i sposobnost turističke destinacije da optimalno koristi svoje resurse – **Da li ste saglasni?**

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ **Planske projekcije osnovnih (hotelskih) kapaciteta u Crnoj Gori**
- ▶ Prvi strateški plan razvoj turizma Prostorni plan »Južni Jadran«, **1968.** – **200.000** kreveta za **20** godina (Razvoj i perspektive turizma u Crnoj Gori do 2000.g., IDEI, Titograd; u: Radović & Ratković, 2005)
- ▶ OECD, **1981.**– **85.000** kreveta **u 2000.** (Mogućnosti i pravci dugoročnog razvoja Crne Gore, OECD, 1981; u: Radović & Ratković, 2005).
- ▶ Prostornim planom SR Crne Gore, **1985.**– **40.350** kreveta **u 2000.** (Prostorni plan SR Crne Gore–Predlog plana, UN–Program razvoja, SIV SFRJ i RIV SR CG, Titograd, 1985; u: Radović & Ratković, 2005).
- ▶ Korekcija Prostornog plana **1996.**, **38.000** kreveta **do 2000.** (Radović & Ratković, 2005).
- ▶ Strategija razvoja turizma do 2010.g., **1996.**– **53.000** kreveta **u 2010.** (Ministarstvo turizma Crne Gore, 1996).
- ▶ Master plan–Strategija razvoja turizam Crne Gore, **2001.** – **50.000** kreveta **u 2010.** i **100.000** kreveta **u 2020** (Ministarstvo turizma DEG–Njemačko društvo za investicije i razvoj GTZ–Njemačko društvo za tehničku saradnju, 2000).
- ▶ Redigovana i dopunjena Strategija razvoja turizma Crne Gore do 2020., **2008.**– **125.000** kreveta u hotelskom smještaju **do 2020.** (Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine Crne Gore, 2008).
- ▶ Poslijednja i aktuelna Strategija razvoja turizma Crne Gore 2022–2025, **2022.** – **52.200** kreveta **u 2025.** (Ministarstvo ekonomskog razvoja Crne Gore, 2022).

Tabela 2. Pregled kapaciteta u hotelskom smještaju Crne Gore po odabranim godinama (broj kreveta)

Kategorija hotela	1989.g.	2000.g.	2010.g.	2019.g.
L/5*****	254	294	1.065	1.366
A/4****	4.317	3.952	8.206	8.215
B/3***	17.363	18.959	7.333	8.383
C/2**	219	295	8.423	7.953
D/1*	352	83	1.880	2.101
Ukupno	22.505	23.583	26.907	36.796

Izvor : (Horwath Consulting Zagreb Univerzitet Mediteran Fakultet za turizam Bar, 2005); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2005); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2010); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2019)

Tabela 3. Projektovane i ostvarene prosječne godišnje stope rasta hotelskih kapaciteta u Crnoj Gori u odabranim godinama

Period/Naziv stope	1989–2020 ¹	1989–2025	2001–2020 ²	2001–2025	2011–2020 ³	2011–2025	2019–2025
Projektovana prosječna godišnja stopa rasta ⁴	4,928%		7,246%		15,186%		
Projektovana prosječna godišnja stopa rasta ⁵	5,686%		8,513%		18,078%		
Projektovana prosječna godišnja stopa rasta ⁶		2,365%		2,871		4,546%	4,200%
Ostvarena prosječna godišnja stopa rasta	1,652%	–	1,846%	–	3,468%	–	–

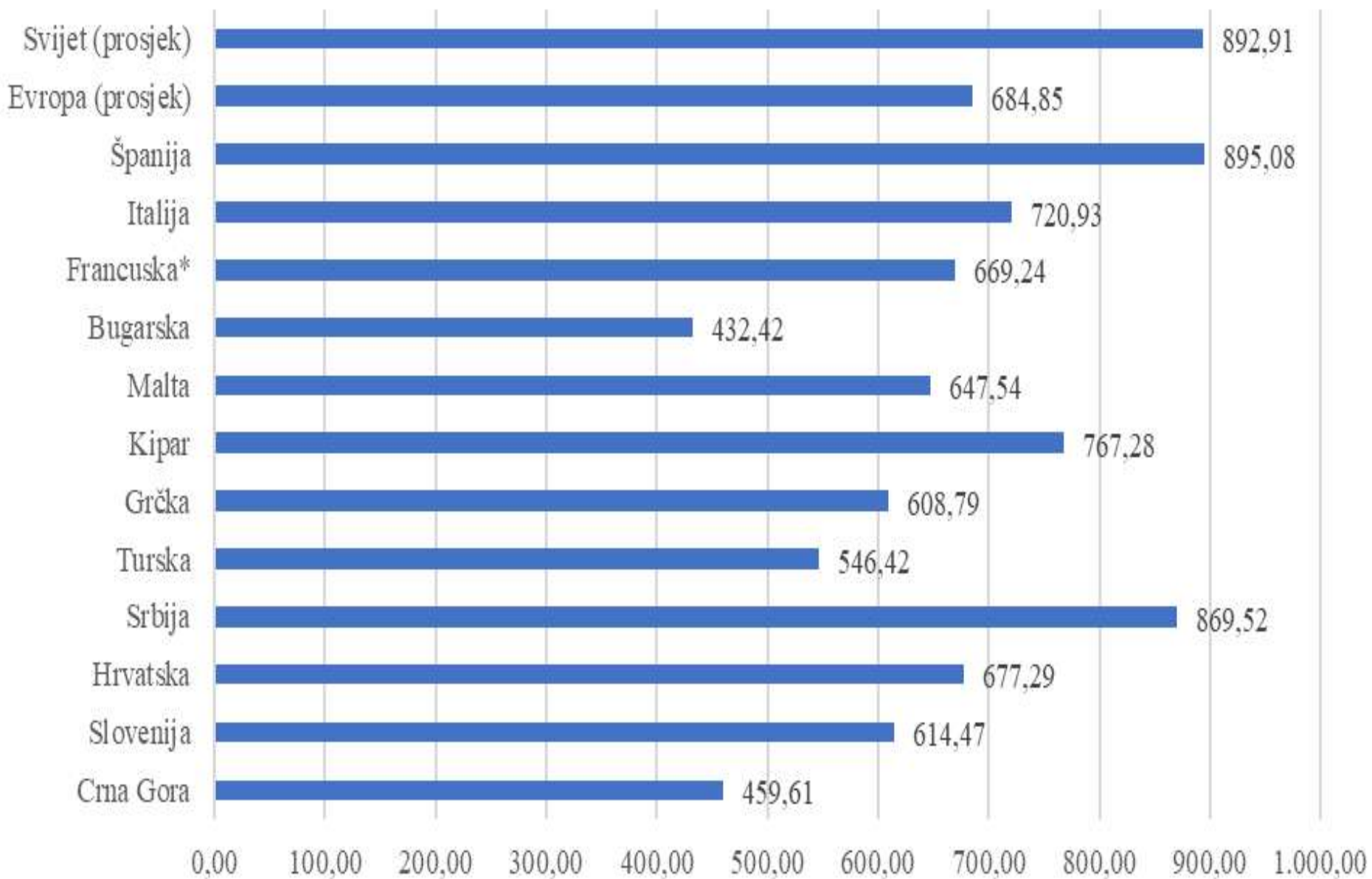
Izvor: (Ministarstvo turizma DEG–Njemačko društvo za investicije i razvoj GTZ–Njemačko društvo za tehničku saradnju, 2006); (Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine Crne Gore, 2008); (Ministarstvo ekonomskog razvoja Crne Gore, 2022); (Horwath Consulting Zagreb Univerzitet Mediteran Fakultet za turizam Bar, 2005); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2010); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2011); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2020b); vlastiti obračun

Tabela 4. Prosječne godišnje stope rasta hotelskih kapaciteta (broj kreveta), turističkog prometa (posjete i noćenja) i broja stanova u Crnoj Gori u odabranim periodima

	1989.– 2019.	1991.– 2021. ⁷	2001.– 2011.	2003.– 2011.	2011.– 2019.	2011.– 2021.
Hoteli	1,652%	–	0,568%	–	3,468%	–
Posjetioci	2,692%	–	9,484%	–	8,538%	–
Noćenja	0,908%	–	8,142%	–	6,438%	–
Stanovi ukupno	–	1,880%	–	2,977%	–	1,246%
Stanovi za sekundarno stanovanje	–	2,090%	–	6,578%	–	–

Izvor: (Horwath Consulting Zagreb Univerzitet Mediteran Fakultet za turizam Bar, 2005); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2005); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2011); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2020b); (Leković, 2001); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2016) (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2020a); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2006); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2014); (Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 2022); vlastiti obračun

⁷Stopa rasta broja stanova za sekundarno stanovanje je izračunata zaključno sa 2011.g.



Slika 9 Pregled prihoda osnovom inostrane turističke potrošnje po 1 inostranom dolasku u odabranim destinacijama Evrope u 2019 (u Eurima)

Izvor: UNWTO, UNWTO World Tourism Barometer, Statistical Annex 2021 (Madrid, Spain, 2021) <www.unwto.org/publications>.

Tabela 6. Pregled dinamike produktivnosti kolektivnih smještajnih kapaciteta i učešća sektora usluge smještaja i ishrane u ukupnoj zaposlenosti u Crnoj Gori u period 2010–2021.

Godina	Broj zaposlenih u sektoru usluge smještaja i ishrane	Kolektivni smještajni kapaciteti (broj kreveta)	Broj zaposlenih/krevetu
2010	10989	41.374	0,27
2011	12429	42.189	0,29
2012	13209	43.188	0,31
2013	14333	41.927	0,34
2014	14182	40.700	0,35
2015	14393	40.960	0,35
2016	14684	43.445	0,34
2017	15033	45.733	0,33
2018	16024	46.540	0,34
2019	18350	48.837	0,38
2020	13325		-
2021	15222		
		Prosjek	<u>0,33</u>

Izvor: , vlastiti obrun, Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 'Zaposleni Po Sektorima Djelatnosti Po Klasifikaciji Djelatnosti Nace-Rev 2 (2010-2021)' <<https://www.monstat.org/cg/page.php?id=1164&pageid=23>> [accessed 6 January 2022]. Zavod za statistiku Crne Gore Monstat, 'Baza Podataka_Date Base (Turizam)2019'.

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ Zakonskim riješenjem (u sadašnjoj i prethodnim verzijama) i planskim postavkama kreiran je regulatorni okvir za ulazak nekretninskog biznisa u sektor turizma kroz poslovne modele koji povezuju i kombinuju poslovanje na nekretninskom i turističkom tržištu.
- ▶ Prostorni plan posebne namjene za Obalno područje Crne Gore (PPPNOPCG) (Ministarstvo održivog razvoja i turizma, 2015): »Najkvalitetnije turističke razvojne zone u obalnom području planiraju se za izgradnju desetak integriranih resort (mix use) projekata koji će aktivno pridonositi podizanju današnjeg imidža«
- ▶ Porto Montenegro u Tivtu, Adriatic Marinas, 794,5 miliona Eura (Investitor.me, 2022) (225 stalno zaposlenih), 1 hotel izgrađen »Regent« + 1 hotel »Siro« (planirano otvaranje 2023.)
- ▶ Luštica Bay, u zalivu Trašte, opština Tivat, Luštica Development, 1,1 milijarda Eura (Goranović, 2019), izgrađen 1 hotel »Chedi« sa 111 smještajnih jedinica, u pripremi gradnja + 1 hotela »Marina« sa 200 smještajnih jedinica + planirana još 4 hotela.
- ▶ Porto Novi Montenegro u Herceg Novom, AzmontInvestments, 828 miliona Eura (MINA Montenegro Independent News Agency, 2021), izgrađen 1 hotel Only&One sa 123 smještajne jedinice.

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ Postavljaju se slijedeća pitanja:
- ▶ Zbog čega se u preinvesticionom periodu insistira na isticanju razvojne perspektive turizma kao osnovnog investicionog motiva?
- ▶ Zašto se u drugom planu vrlo obazrivo pominje nekretninski aspekt?
- ▶ Zašto se kao glavni ističe motiv investiranja koji to nije?
- ▶ Odgovor na navedena pitanja jeste u domenu kreiranja imidža društvene korisnosti konkretne investicije i pozitivnog stava ciljane političke javnosti.
- ▶ Podaci o odnosu broja stalno zaposlenih i obima investicija u konkretnim investicionim projektima u Crnoj Gori pokazuju da je **nivo društvene korisnosti značajno ispod nivoa individualne koristi**, pri čemu privremeni i kratkoročni prilivi u budžetima lokalnih samouprava bitno ne mijenjaju ovo zapažanje.

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ Obzirom na izvedeni a posebno planirani obim gradnje u turističkoj ponudi Crne Gore će **dominirati rezidencijalni a ne hotelski smještajni objekti.**
- ▶ Na osnovu opisanih investicija (Porto Montenegro, Luštica Bay i Porto Novi), koje se mogu smatrati signifikatnim za izvođenje određenih stavova, vidljivo je da se kao najinteresantnija forma razvoja podstiče **tip turizma označen u literaturi kao »rezidencijalni turizam«** (Mazón, 2006; Korstanje, 2009; Vaccaro & Beltran, 2009; Clivaz & Nahrath, 2010; de Sousa, Matias, & Selva, 2016; Wong, Higgins, & Wakefield, 2017; Gascón & Milano, 2018)
- ▶ Crna Gora će biti turistička destinacija »rezidencijalnog turizma« ili destinacija »drugog doma« ili destinacija za boravak u objektima sekundarnog stanovanja, sa svim pozitivnim i negativnim posljedicama takvog razvoja (Mazón, 2006).
- ▶ **U utakmici za prostorni resurs hotelski biznis gubi, a nekretninski biznis dobija.**

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ **Znanja, sposobnosti i vještine (kompetencije) potrebne u budućnosti sektora turizma i ugostiteljstva**

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ Pet ključnih faktora će oblikovati izazove u budućnosti turizma i ugostiteljstva:
 - ▶ 1. Digitalne tehnologije
 - ▶ 2. Biotehnologija
 - ▶ 3. Nanotehnologija
 - ▶ 4. Robotika i
 - ▶ 5. Ekologija.
- <https://youtu.be/Ax0BmO3DrTc>
- <https://youtu.be/uKqUCe0Tbcl>

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ Ključni tehnološki izazovi u turizmu i ugostiteljstvu:
- ▶ Glasovno pretraživanje i upravljanje glasom
- ▶ Roboti
- ▶ Beskontaktna plaćanja
- ▶ Virtuelna stvarnost (VR)
- ▶ AI chat botovi
- ▶ Mjere kibernetičke sigurnosti
- ▶ Internet stvari (IoT)
- ▶ Tehnologija prepoznavanja
- ▶ Proširena stvarnost (AR)
- ▶ Vještačka inteligencija (AI)
- ▶ Veliki podaci
- ▶ Metaverse & Travel
- ▶ NFT ulazi u industriju putovanja

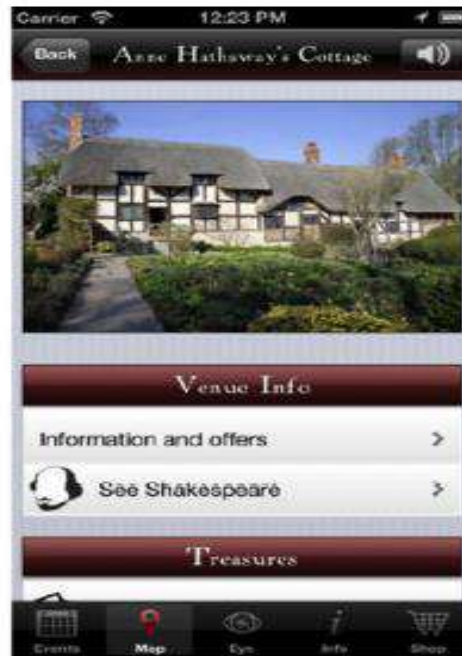
Izvor: <https://www.revfine.com/technology-trends-travel-industry/>

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ **Koncept “pametnog turizma”** predmet je tekuće rasprave koja polazi od stava da je riječ o izrazito tehnološkom pristupu u smislu da se radi o **“sveprisutnom informacionom turističkom servisu** koji su pruža turistima tokom putovanja i boravka... i koji se obezbijeduje svakom turisti pojedinačno kroz aktivnosti zasnovane na njihovim posebnim zahtjevima” (Li et al. 2016) do stava da se radi o širem konceptu koji kroz **“komponente “pametnog iskustva“ i “pametnog poslovnog ekosistema”** određuje da ovaj koncept uključuje **sociokulturne, psihološke, edukativne i komponente strateškog menadžmenta”** (Jovicic 2017).
- ▶ **Pametna turistička destinacija** se može prikazati kroz tri oblika ICT-a: Cloud Computing, Internet of Things (IoT) i End-User Devices. Čini se da su ove tri glavne ICT infrastrukture ključne za pametnu turističku destinaciju (Gelter, Lexhagen i Fuchs, 2021.)

Gejmifikacija u turističkim destinacijama

- ▶ Eye Shakespeare app, Stratford Upon Avon

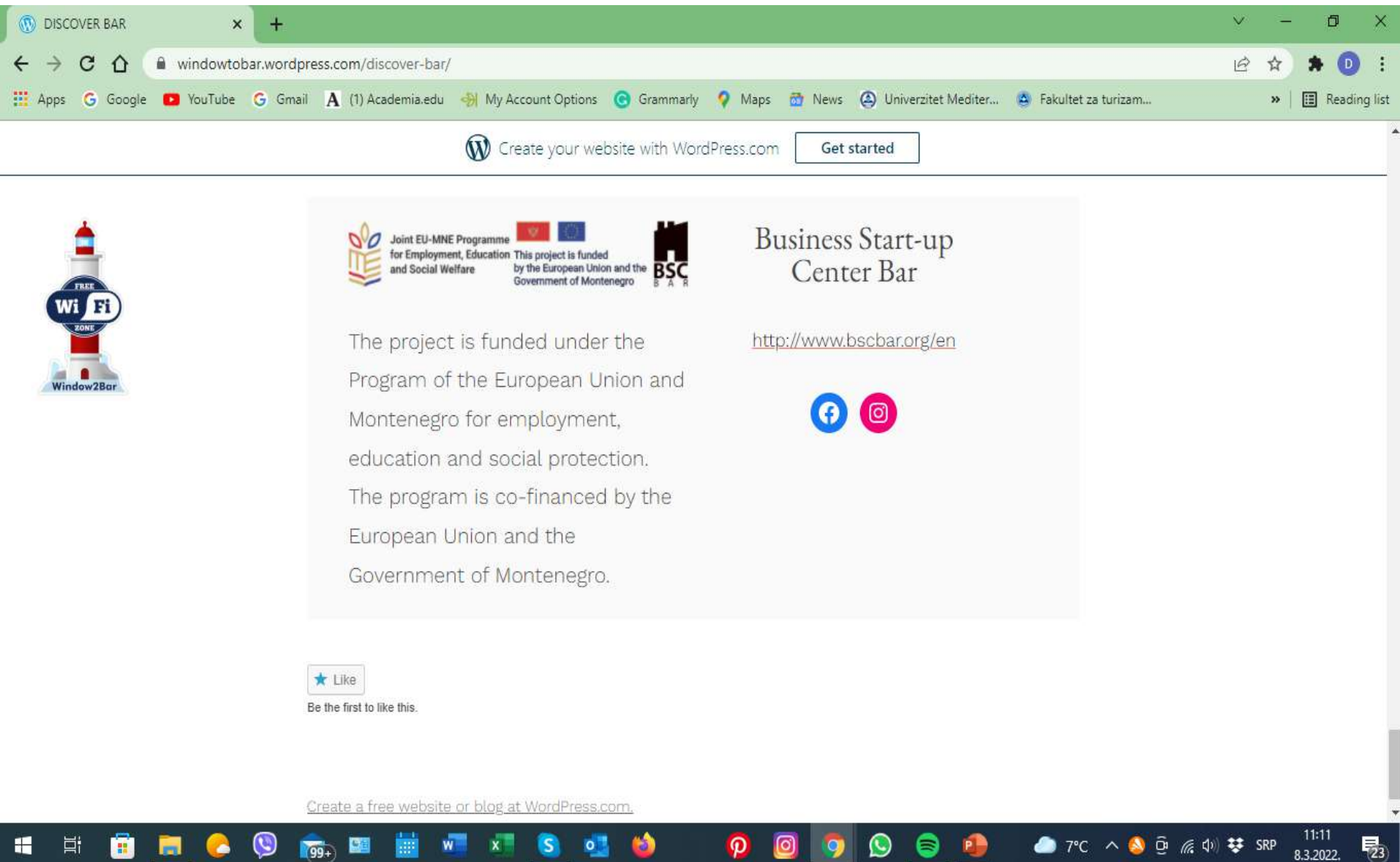


E. Nur et al., Tourism Management 60 (2017) 244–256

Fig. 5. Eye Shakespeare app, Stratford Upon Avon.
Source: <http://www.shakespeare.org.uk/visit-the-houses/eye-shakespeare-app.html>

Source: <http://www.shakespeare.org.uk/visit-the-houses/eye-shakespeare-app.html>

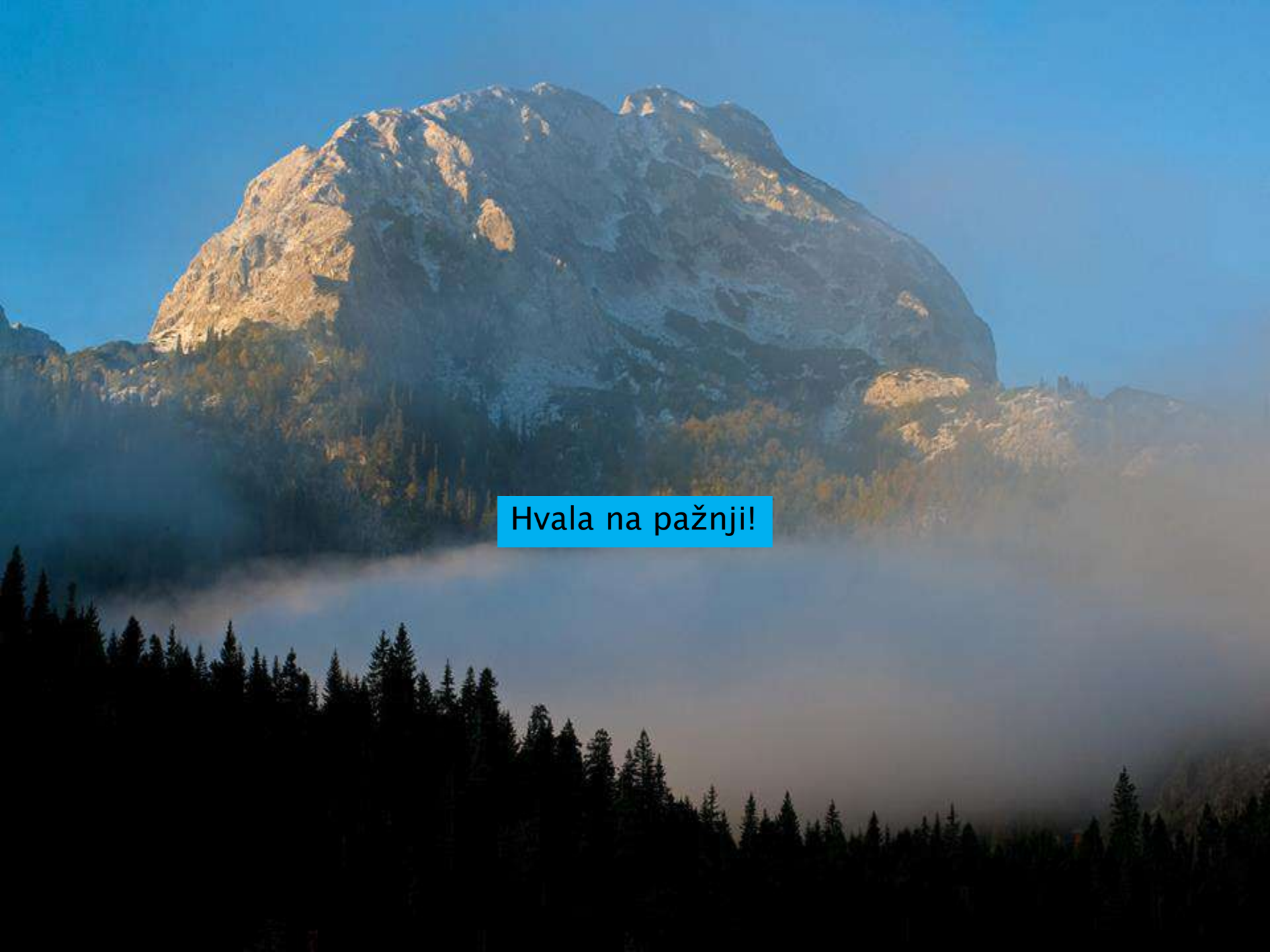
Gejmifikacija u turističkim destinacijama



The screenshot shows a web browser window displaying a WordPress page for 'Discover Bar'. The browser's address bar shows the URL 'windowtobar.wordpress.com/discover-bar/'. The page features a 'FREE Wi-Fi ZONE' logo on the left, which includes a lighthouse icon and the text 'Window2Bar'. The main content area is titled 'Business Start-up Center Bar' and includes logos for the 'Joint EU-MNE Programme for Employment, Education and Social Welfare' and the 'BSC BAR' (Business Start-up Center Bar). The text on the page states: 'The project is funded under the Program of the European Union and Montenegro for employment, education and social protection. The program is co-financed by the European Union and the Government of Montenegro.' Below this text is a 'Like' button and the prompt 'Be the first to like this.' At the bottom of the page, there is a link to 'Create a free website or blog at WordPress.com.' The browser's taskbar at the bottom shows various application icons, including Windows, File Explorer, and several social media and utility apps.

Turizam u kontekstu biznisa i zapošljavanja

- ▶ **I na kraju kako uspjeti u turizmu i ugostiteljstvu.....?**
- ▶ Ključno je posjedovati adekvatan nivo:
- ▶ formalnog i neformalnog obrazovanja u turizmu i ugostiteljstvu
- ▶ poznavanja stranih jezika i kultura
- ▶ vještina komuniciranja
- ▶ digitalne pismenosti,
- ▶ kreativnosti,
- ▶ inovativnosti,
- ▶ fleksibilnosti,
- ▶ sposobnosti upravljanja vremenom i organizacije
- ▶ sposobnosti prilagođavanja.



Hvala na pažnji!