

Борислав Ускоковић,  
Институт за друштвено-економска истраживања  
Титоград

## Потребе туризма за пољопривредним производима на подручју Црне Горе

Технички прогрес и убрзани привредни развој, а с тим у вези све више слободно вријеме и све виши животни стандард, позитивно утичу и потпомажу развој туризма. Већ данас говоримо о афирмацији неких трајнијих елемената на страни туристичке тражње и понуде, који ову савремену друштвено-економску дјелатност чине све стабилнијом.

И поред многих функција које туризам врши у непривредној сфери, његов економски значај<sup>1)</sup> чини га врло озбиљним фактором при усмјеравању привредног развоја. Стога је реално очекивати да ће у концепцијама дугорочног привредног развоја наше земље туризам добити адекватније мјесто у привредној структури.

Експанзија туризма у Југославији, пошто је већ постао органски дио нашег привредног механизма, динамично ће се наставити и крајем овог вијека, према реалним процјенама очекује се око 335 милиона ноћења (са учешћем иностраног промета од око 70<sup>0/0</sup>). Дакако, највиши промет ће се остваривати у ужим подручјима, у зонама која се истичу богатством туристичких атрактивности. У овим ужим зонама туризам, односно „туристичка привреда“, постаје чак доминанта привредног развоја; туризам, као основни фактор развоја, у њима је реално прихватљив јер се развија као дио привредног мозаика земље.

<sup>1)</sup> „Економски елемент је заједнички показатељ психолошког, социолошког, културног, географског и техничког гледања на туризам“. (2).

Црна Гора има потребне услове, нарочито природне, за интензиван туристички развој. На релативно малом простору (5,4<sup>0</sup>/<sub>0</sub> територије Југославије) обједињене су многобројне различите туристичке атрактивности. Овдје се као ријетко гдје у свијету може остварити, организацијом боравка на релацији море — планина, висок степен комплементарности између планинског и приобалног подручја, са свим позитивним ефектима на квалитет економије.

Економска функција туризма састоји се у прелијевању куповних средстава, односно трошењу раније створеног дохотка, у подручју гдје се туристички промет остварује\*). Та средства, туристичка потрошња, омогућава појачану активност бројних привредних и непривредних дјелатности у туристичким подручјима; она представљају значајно допуноско тржиште многих дјелатности.

Туристичка кретања доводе до појачане активности угоститељства, трговине и разних услужних дјелатности. Поред непосредног утицаја на активност терцијарних дјелатности, туристичка потрошња, у свом посредном дјеловању, „благодворно“ дјелује и на привредно активирање примарних (посебно пољопривреде) и секундарних дјелатности (повећање укупног прихода, запослености, итд.). Због таквог утицаја туризам није једнородна привредна грана, а посебно се он не може идентификовати са појединим предузећем, хотелом, и сл. Чак, према М а н д а р и ћ у и А н т у н ц у, 1965, „готово нема ни једне дјелатности у којој туризам непосредно или посредно не изазива одређена кретања“.

Мада су многе дјелатности у зависности од развоја туризма, ипак је најјаче његов утицај изражен на дјелатности које обезбјеђују задовољавање основних, примарних туристичких потреба (смјештај, исхрана, превоз, трговина, личне услуге). У угоститељству, саобраћају, трговини и комуналним дјелатностима, остварује се највећи дио туристичке потрошње, зато ове дјелатности и чине „туристичку привреду“. Међутим, улога туристичке потрошње, како је већ речено, не исцрпљује се само у овим дјелатностима. Преко хотелског рачуна, на примјер, наплаћује

\* С обзиром на то што је подручје Црне Горе предмет посматрања, није нарочито значајно поријекло куповних средстава (из иностранства или подручја Југославије ван Црне Горе), јер, коначно, развој овог подручја, посебно могућност пласмана пољопривредних производа, долази као резултат цјелокупног туристичког кретања — промета домаћих и иностраних туриста. Дакако, утицај на величину и структуру потрошње у многоме је зависан од поријекла тражње.

се читава серија дугова које је хотел направио да би задовољио потребе туриста. Новац зато, нужно, дијелом напушта хотел\*).

Посредан утицај туризма на развој пољопривреде, односно промет пољопривредних производа, у задовољавању туристичких потреба може се најједноставније утврдити анкетом из величине и структуре туристичке потрошње.

Подаци једне овакве туристичке анкете\*) показују нам да просјечни дневни трошкови туриста из појединих земаља, по мјестима боравка знатно варирају:

	Улцињ	Будва	Х.-Нови	Дубровник
Просјечно динара	83,38	117,55	118,10	130,81
— Аустрија	92,03	111,70	114,63	108,37
— Француска	92,19	116,94	102,73	117,97
— Италија	95,98	186,09	115,67	162,20
— СР Њемачка	77,73	133,11	106,19	120,68

И структура туристичке потрошње врло је различита (у %):

	Улцињ	Будва	Х.-Нови	Дубровник
Укупно	100,0	100,0	100,0	100,0
— Смјештај и исхрана	83,98	74,81	76,19	62,36
— Намирнице у трговини	2,95	4,65	2,12	5,52
— Локални саобраћај и гориво	4,89	6,27	3,45	4,98
— Излети, приредбе	3,44	4,78	7,40	12,24
— Сувенири у трговини	3,76	7,19	6,76	11,38
— Остало	0,98	2,31	4,08	3,51

Величина и структуре туристичке потрошње из године у годину ће се мијењати. Учешће неких потреба повећаваће се а других смањивати, у сталном настојању да се повећа укупна туристичка дневна потрошња. Брижљиво утврђивање нових потреба и измјена структуре потрошње од особите је важности ради бољег прилагођавања понуде новим захтјевима тражње. Па ипак, већ сада се може говорити о малој могућности повећавања просјечне дневне потрошње угоститељских услуга (у њима утрошка пољопривредних производа). Ове потребе су свакако ограничене физичким могућностима потрошача — туриста. Зато ће учешће ове категорије потрошње у укупној потрошњи релативно бити све мање.

\*) У угоститељском предузећу „Авала” — Будва структура трошкова пословања по једном пансиону-дану у току 1969. износи: трошкови хране 19,70 д, пића 4,60 д, електро-енергије 1,70 д, камате на кредите 9,40 д, остало 28,30 динара.

\*) „Резултати анкете о иностраним туристима 1967”, Институт за економику туризма, Загреб, 1968.

Дневна укупна потрошња домаћих туриста у нас је данас осјетно нижа од потрошње иностраних туриста. Ово настаје прије свега зато што се домаћи туристи најчешће одлучују за смјештај у објектима нижег нивоа услуга (одмаралишта, домаћа радиност итд.). Међутим, за утврђивање глобалне количине потрошње хране, односно пољопривредно-прехранбених и индустријско-прехранбених производа, реална је претпоставка да је ова потрошња углавном једнака како за домаће тако и за иностране туристе. За све њих прихватимо исти норматив потрошње пољопривредних производа. Сасвим је јасно да је и овај „норматив“ одраз висине националног дохотка по становнику (одраз животног стандарда), али ове потребе се формирају код релативно ниског, за туристе већ доступног дохотка.

Према нормативима угоститељских организација један туриста у току једног мјесеца (30 дана боравка) потроши:

— жита — —	15 kg
— поврћа — —	45 „
— воћа — —	15 „
— меса — —	12 „
— млијека — —	8 l
— вина — —	15 „
— јаја — —	17 ком

Очигледно је да се ради о основним групама пољопривредних производа; ствар је жеље туриста како ће ова количина намирница бити утрошена. Да ли ће то бити његушки сир, шунка, кајмак са Жабљака, разна национална јела, црмничко вино и сл., за задовољење потреба туриста свакако је врло важно (ту треба тражити утицај туризма на производњу специјалитета, а такође и утицај „специјалитета кухиње“ на туристичка кретања).

Утврђивање потреба туриста за основним пољопривредним производима, то је најважније истаћи, наглашава значајну могућност активирања локалних (пољопривредних) извора под утицајем туристичког развоја.

#### *Перспективе туристичке потрошње пољопривредних производа*

Величина туристичког промета (тражња) зависи од многобројних фактора. Истичемо само да стабилности туристичког тражења иде на руку: висок степен индустријског развоја, односно пораста индустријског становништва; пораст личних примања; културни ниво људи; скраћивање радног времена; интензитет рада; развој аутомобилизма и савладаности простора уопш-

те итд. Све то наглашава потребу одмора и рекреације, потребу повременог боравка ван крупних стамбених агломерација, већих урбаних средина.

Динамичан раст туристичког промета у Црној Гори најбоље говори о утицају ових фактора:

Година	Укупно дана боравка (у 000)
1961.	1 471
1962.	1 597
1963.	1 885
1964.	2 208
1965.	2 785
1966.	3 205
1967.	3 072
1968.	3 130
1969.	4 017

Перспективе туристичког развоја свакако се могу заснивати на испољеним тенденцијама кретања туристичког промета. Док се екстраполација линеарног тренда ( $Y_c = 2.596,6 - 302,6 x$ ) очигледно не може прихватити као перспектива туристичког развоја, па чак ни као оквир „ниске варијанте”, екстраполација експоненцијалног тренда значи реалну процјену будућег развоја.

Из графичког приказа видимо да се експоненцијална кривуља ( $(\log Y_c = 3,39209 + 0,05354 x)$ ) добро прилагођује оствареном промету у току деветогодишњег периода, и да будуће кретање по њој (екстраполација) значи реално кретање за период до 1980. године, а након тог периода треба очекивати постепени пад стопе раста, односно успоренији раст туристичког промета до 1990. год. (што одговара општој форми полулогаритамске кривуље).

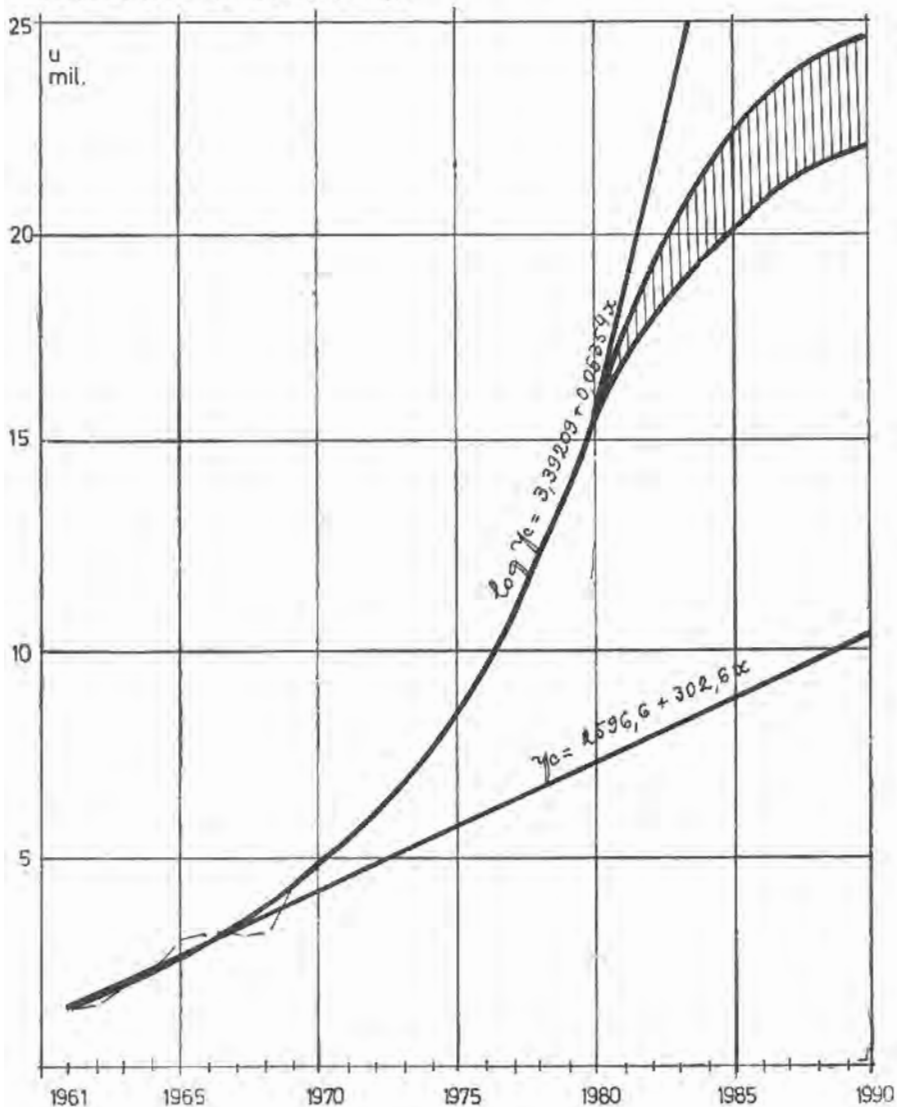
Очекивати остварење сљедећег промета чини нам се врло реално:

Година	Промет (ноћивања)	Стопа раста	
1969.	4 017 000	1961-1969.	13,5%
1975.	8 500 000	1969-1975.	13,2%
1980.	15 600 000	1975-1980.	12,7%
1990. *)	24 000 000	1880-1990.	4,5%
		1969-1990.	9,0%

На основу датог норматива о утrophу основних пољопривредних производа по једном туристи мјесечно и очекиваног ту-

\*) Према пројекту „Јужни Јадран”, на подручју Црне Горе у 1990. биће око 220 000 туристичких лежаја, што је сасвим у складу са овим планом прмета.

GRAFIČKI PRIKAZ LINEARNOG I EKSPONENCIJALNOG TREANDA  
TURISTIČKOG PROMETA (noćivanja)



ристичког промета, обрачунате су годишње потребе пољопривредних производа, за туризам, на подручју Црне Горе. Истовремено, у прегледу дата укупна садашња (1968. год.) производња ових врста производа:

Производи	Производња		Оцјена туристичке потрошње	
	1968.	1975.	1980.	1990.
Жито (t)	52 330	4 245	7 800	12 000
Поврће (t)	74 901	12 735	23 400	36 000
Воће (t)	41 690	4 245	7 800	12 000
Вино (000 l)	2 840	4 245	7 800	12 000
Млијеко (000 l)	64 000	2 264	4 160	6 400
Место (t)	11 000	3 396	6 240	9 600
Јаја (000 ком)	27 000	4 810	8 840	13 600

Да је у питању појава значајног новог тржишта пољопривредних производа, показују поређења са данашњом производњом. Имајући у виду поред динамичног туристичког развоја, повећање броја сталног становништва (са 538 000 у 1968. години на око 740 000 у 1990) и виши ниво животног стандарда, могућности интензивније пољопривредне производње и пласмана пољопривредних производа на подручју Црне Горе, очигледне су.

Када говоримо о туристичкој тражњи пољопривредних производа, важно је имати у виду сезонски карактер туризма, тј. потребу спремности произвођача да понуди прави производ асортиман и квалитет) у право вријеме (по мјесецима, нпр.).

Под утицајем развоја земско-спортског туризма у планинском подручју Црне Горе, изграђености комплементарних капацитета (поред смјештаја), и значајних објеката здравственог туризма, садржај боравка ће умногоме бити на овом подручју разноврснији, што ће свакако утицати на деконцентрацију туристичког промета у главној сезони.

Садашњи и очекивани временски распоред туристичког промета:

Мјесец	1969.		1980.		Турист-мјес (у 000)
	(у 000)	%	(у 000)	%	
I	21,6	0,5	310	2	10,4
II	22,0	0,6	310	2	10,4
III	29,3	0,7	550	3,5	18,2
IV	46,9	1,2	780	5	26,0
V	160,0	4,0	1 250	8	41,5
VI	382,6	9,5	1 700	11	57,0
VII	1 439,0	35,8	3 300	21	110,0
VIII	1 424,6	35,5	3 450	22	115,0
IX	349,2	8,7	1 860	12	62,0
X	94,0	2,3	1 400	9	46,5
XI	28,1	0,7	460	3	15,2
XII	20,0	0,5	230	3,5	7,8
Укупно:	4 017,0	100,0	15 600	100,5	520,0

Утрошак основних пољопривредних производа по мјесецима 1980. изгледао би:

У мјесецу	Поврће у тонама	Воће у тонама	Млијеко 000 l	Месо у тонама	Јаја у 000
I	470	156	83	125	178
II	470	156	83	125	178
III	830	275	148	230	315
IV	1 170	390	210	310	450
V	1 880	620	320	500	700
VI	2 550	850	450	680	970
VII	4 950	1 650	880	1 320	1 870
VIII	5 200	1 720	920	1 380	1 960
IX	2 800	930	500	750	1 060
X	2 100	700	370	560	800
XI	680	230	120	180	260
XII	350	120	65	95	135
Укупно:	23 400	7 800	4 160	6 240	2 840

Неуједначеност туристичке потрошње у току године овим је јасно изражена. Пољопривредна производња нужно мора бити прилагођена оваквом захтјеву туристичког тржишта. Снабдјевеност, на примјер, свјежим, тзв. „чајним“ јајима мора се осигурати и ван прољећне сезоне, ако се жели остварити планирана висока потрошња.

Са постојећих пољопривредних површина у Црној Гори, саввим је сигурно, могу се обезбиједити значајне количине производа за потребе туристичког тржишта. Јасно је, међутим, да та производња не може бити усмјерена према захтјевима туризма у свим врстама производа. С обзиром на повољне климатске услове, постојеће пољопривредне површине и нове које могу и треба да се приведу култури, посебно погодују производњи неких изузетно цијењених пољопривредних производа, као: раног, каснога и зимскога поврћа, неких врста воћа, и грожђа, цитруса и других суптропских култура, украсног и љековитог биља, цвијећа, а такође и јаја, млијека, квалитетних вина и ракије итд. у обиму који ће и премашити потребе туристичке тражње и сталног становништва Црне Горе. Дакако, неки производи ће се морати обезбијеђивати са других подручја, често и увозом, због предности и врсте производње које та подручја имају. Перспективно све веће и брже савлађивање простора изградњом савременог саобраћаја то омогућује.

\*  
\* \* \*

*Туристичка потрошња проширује тржиште, тј. могућност пласмана разних врста роба, а међу њима и пољопривредно-пре-*



храмбеним и индустријско-прехрамбеним производима. Овај утицај мора се искористити за прилагођавање по обиму и асортиману, наравно у складу са природним условима производње, како би развој туризма донио комплексне ефекте. Већ данас је у нас очигледна потреба оријентације пољопривредне производње према потребама туристичког промета. Повољне могућности које зато постоје у Црној Гори треба што прије користити, јер само на тај начин туризам може одиграти крупну улогу привредног развоја овог подручја. Не искористи ли се генеричка снага туризма на развој осталих, локалних дјелатности, а међу њима и за развој одговарајуће пољопривредне производње, он неће моћи донијети пуне и комплексне ефекте, па неће моћи ни одиграти улогу у општем, а посебно привредно-економском развоју Црне Горе, која се заиста справом од њега очекује.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Андрић М.: Реализација инвестиција, предуслов за развој и модернизацију живинарства агрокомбината „13. јул“. Пословна сарадња 3, Титоград, 1969.
2. Крапф К.: Туризам као фактор у економском развоју, Рим, 1963, превод.
3. Мандарић А. и Антунац И.: Утицај туризма на националну привреду, Београд, 1965.
4. Михаиловић К.: Динамика односа између сектора и региона, Економски институт, Београд 1969.
5. Навратил Ј.: Статистика туризма, Загреб, 1962.
6. Пројект „Јужни Јадран“, Регионални план (основне студије: туризам и пољопривреда), 1969.
8. Радовић М.: Основне карактеристике и функције туризма, Годишњак Економског факултета у Титограду, 2, 1968.
9. Документациони извор: Публикације Републичког завода за статистику, Титоград.