

UDK 338.48(497+4)  
Ivana Božić<sup>1</sup>  
Univerzitet Singidunum  
Beograd

## TURISTIČKE USLUGE U TRGOVINI BALKANSKIH ZEMALJA SA EVROPSKOM UNIJOM

### Rezime

Poslednjih decenija došlo je do značajnog razvoja trgovinskih odnosa između Balkanskih zemalja i Evropske unije. U strukturi njihove međusobne trgovine, sve značajnije mesto zauzimaju usluge, među kojima sve značajnije mesto pripada turističkim uslugama. Rastuće učešće turističkih usluga u trgovini ova dva regiona posledica je, pre svega, rasta tražnje za ovom vrstom usluga u Evropskoj uniji, koji je determinisan visokim stepenom ekonomskog razvoja i rastućim životnim standardom stanovništva većine zemalja Evropske unije. Sa druge strane, rast učešća turističkih usluga u strukturi trgovine balkanskih zemalja sa Evropskom unijom uslovljen je i turističkim potencijalima balkanskih zemalja i dinamičnim razvojem turističke privrede u ovom regionu. Cilj ovog rada je da se kroz analizu trendova u trgovini turističkim uslugama između balkanskih zemalja i Evropske unije percipira dalji razvoj te trgovine i istraži mogućnosti da turističke usluge budu još važniji činilac njihovih budućih ekonomskih odnosa. Osim dosadašnjih iskustava u trgovini turističkim uslugama između balkanskih zemalja i Evropske unije, imaju se u vidu i opšti trendovi međunarodne trgovine turističkim uslugama.

**Ključne reči:** turističke usluge, balkanske zemlje, Evropska unija, spoljna trgovina, evrointegracija.

### UVOD

Jedna od osnovnih karakteristika međunarodne trgovine u poslednjih nekoliko decenija jeste rast učešća usluga. U strukturi međunarodne trgovine uslugama posebno se izdvajaju turističke usluge, koje ostvaruju sve brži rast i sve veće i značajnije učešće. Pozitivni efekti rastućeg učešća turističkih usluga najvidljiviji su u sferi ekonomije, gde mogu doprineti poboljšanju platnobilansne pozicije i biti generator ekonomskog rasta zemalja izvoznica. Međutim, pored toga, značajna je i njihova politička, kulturološka i socijalna dimenzija. Ta dimenzija ima veliki značaj u delovima sveta koji su usled političke i ekonomske nestabilnosti imali negativan imidž u svetu i kod kojih trgovina turističkim uslugama ima funkciju da taj imidž popravi i uz to da doprinese ostvarivanju pozitivnih ekonomskih efekata.<sup>2</sup> Takvo područje je Balkan. Uprkos činjenici da je u međunarodnim

<sup>1</sup> [iboziemiljkovic@gmail.com](mailto:iboziemiljkovic@gmail.com)

<sup>2</sup> Politička stabilnost je preduslov za održivu turističku privredu i, olakšavajući kontakt i razumevanje među kulturama, dobro osmišljeni turistički proizvodi mogu dati značajan doprinos svetskom miru. Izvor: Održivi i odgovorni razvoj turizma u XXI veku, "Agenda 21 za turističku privredu, Opšti etički kodeks u turizmu", Turistička organizacija Srbije, Beograd, 2000. godine, str.52

odnosima, Balkan prepoznat kao područje velikih i nepomirljivih razlika, područje upitne političke stabilnosti i ekonomske zaostalosti, ovaj region u poslednje dve decenije uspešno prati trendove globalne ekonomije i uključuje se u međunarodne ekonomske tokove. Struktura spoljne trgovine balkanskih zemalja ne odstupa značajno od trendova koji važe u globalnoj ekonomiji i koji definišu strukturu savremene međunarodne trgovine. U strukturi spoljne trgovine balkanskih zemalja, dominantno učešće ima sektor usluga, u kome je poslednjih godina primetan brzi rast učešća turističkih usluga. U trgovini turističkim uslugama, balkanske zemlje najviše transakcija, po obimu i vrednosti ostvaruju sa Evropskom unijom, koja je već decenijama njihov najznačajniji spoljnotrgovinski partner. Balkan sa svojim turističkim potencijalima i mogućnostima razvoja turizma u budućnosti, ima šansu da turizam učini generatorom svog privrednog razvoja. Važan oslonac u tome jeste, a i u budućnosti može biti Evropska unija, sa savojim širokim i rastućim tržištem turističkih usluga. Obostrani interesi u tome, obavezuju obe grupe zemalja: i Evropsku uniju i balkanske zemlje da rade na unapređenju svojih odnosa u razvoju turizma i međusobnoj trgovini ovom vrstom usluga, posvete posebnu pažnju.

#### RASTUĆI ZNAČAJ USLUGA U SPOLJNOJ TRGOVINI BALKANSKIH ZEMALJA

Zemlje današnje Evropske unije su oduvek bile značajan spoljnotrgovinski partner balkanskim zemljama.<sup>3</sup> Njihova međusobna geografska blizina učinila je da su balkanske zemlje u svom privrednom razvoju u zemljama razvijene zapadne Evrope imale pouzdanog partnera od koga su mogle da kupuju industrijske proizvode, novu tehnologiju i da pozajmljuju kapital. Sa druge strane, balkanske zemlje su, za zemlje zapadne Evrope predstavljale značajan izvor snabdevanja sirovinama, polupreradivinama i poljoprivrednim proizvodima. Zato njihova međusobna trgovina ima duboke istorijske korene i oduvek je bila u centru pažnje kada se radi o njihovom ekonomskom razvoju i ekonomskim aktivnostima (Božić Miljković, 2018: 57). Danas su Evropska unija u celini i njene članice pojedinačno, najvažniji spoljnotrgovinski partneri balkanskim zemljama. Preko 60% robnog izvoza i uvoza balkanske zemlje ostvaruju u trgovini sa Evropskom unijom, a slično je i sa spoljnom trgovinom uslugama. Odnosi između Evropske unije i balkanskih zemalja, iz ugla njihove međusobne trgovine, deo su pozicije i položaja koji ova integracija ima u međunarodnoj trgovini, ali i politike koju ona vodi prema Balkanu, posebno onim zemljama koje se nalaze u procesu evrointegracije.<sup>4</sup> S druge strane, i same

3 Kada govorimo o današnjoj Evropskoj uniji – njenim članicama, moramo imati u vidu da se ona delom prostire i na Balkan. Naime, njene članice su Grčka – od 1981, Slovenija - od 2004, Bugarska i Rumunija – od 2007. i Hrvatska od 2013. godine. Pristupstvo Evropske unije na Balkanu može biti stimulan razvoju spoljnotrgovinskih odnosa između ekonomski razvijenih zemalja Evropske unije koje su više decenija članice ove integracije i zemalja koje pripadaju regionu Balkana – uključujući i novije članice Evropske unije koje se u sastavu Balkana nalaze.

4 To su zemlje koje se u savremenim geopolitičkim odnosima prepoznaju pod nazivom zapadni Balkan: Albanija, Bosna i Hercegovina, Makedonija, Srbija i Crna Gora. Istorijski

balkanske zemlje su, svoju tradicionalno usmerenu spoljnu trgovinu prema zemljama članicama Evropske unije, morale da prilagode novim uslovima koji proizilaze procesa evrointegracije i koji su u skladu sa procesom globalizacije svetske ekonomije i međunarodne trgovine (Božić, 2007).

Za spoljnu trgovinu balkanskih zemalja uslugama uopšte, naročito turističkih, poseban značaj imaju opšti trendovi trgovine uslugama u međunarodnoj trgovini. Sa procesom globalizacije svetske ekonomije dolazi do rasta udela usluga u svetskoj spoljnoj trgovini i svetskom BDP-u. Udeo izvoza usluga u ukupnom svetskom izvozu je 1980. godine iznosio 17%, 2000. godine 21,2%, a 2017. godine oko 23,5%. Istovremeno, učešće izvoza usluga u svetskom BDP-u je povećano sa 7,6% 1980. godine, na 9,2% 2000. godine, da bi 2017. godine dostiglo čak 12,8%.<sup>5</sup> Uporedo sa pozitivnim trendovima u rastu udela usluga u svetskoj trgovini, menja se i struktura njihovog izvoza i uvoza u kojoj dominantne pozicije zauzimaju tehnološki intenzivne i radnointenzivne usluge. Sredinom tekuće decenije najveće učešće u strukturi svetskog izvoza komercijalnih usluga imale su turističke usluge 24,6% a zatim saobraćajne 18,5%.<sup>6</sup> Po dinamici rasta izvoza i uvoza u svetu, usluge se približavaju dinamici rasta robnog izvoza i uvoza. Najveći izvoznici i uvoznici usluga u svetu su industrijski razvijene zemlje koje razvoju sektora usluga u strukturi svoje privrede poklanjaju posebnu pažnju. Evropska unija kao velika regionalna asocijacija u tome ima posebno mesto. U 2016. godini ona je učestvovala sa 27,1% u svetskom izvozu i sa 24,4% u svetskom uvozu usluga. Zemlje članice Evropske unije su, iste godine takođe, imale vrlo visoko učešće u svetskoj trgovini uslugama: Nemačka: 5,2% u izvozu i 6,3% u uvozu; Francuska: 5,0 u izvozu i 4,9% u uvozu; Holandija: 3,7% u izvozu i 3,4% u uvozu i Irska: 2,7% u izvozu i 3,3% u uvozu.<sup>7</sup> Evropska unija je najveći svetski izvoznik i uvoznik usluga, po čemu prevazilazi SAD, Japan, Kinu i druge zemlje koje važe za njene najveće konkurente u međunarodnoj trgovini.<sup>8</sup>

Ovakvi trendovi u spoljnoj trgovini uslugama u svetu, zahtevali su da im i balkanske zemlje posvete posebnu pažnju, kako u svom privrednom razvoju tako i u svojoj spoljnoj trgovini, posebno u izvozu. Kao što je poznato radi se o zemljama u razvoju, od kojih je većina prolazila – a neke još uvek prolaze, kroz proces tranzicije; koje imaju relativno nizak nivo

i geografski posmatrano, Balkanu pripada i Turska. Međutim, Evropska unija Tursku ne prepoznaje kao buduću članicu, pa samim tim ne svrstava je u grupu zemalja kod kojih je aktuelan proces evrointegracije. Prema Turskoj, Evropska unija vodi politiku privilegovanog partnerstva, što Turska ne prihvata.

5 Izvor: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.GNFS.CD> pristupljeno:08/06/2018

6 Izvor: <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBViewData.aspx?Language=E> pristupljeno: 17/06/2018.

7 Izvor: WTO, World Trade Statistical Review 2017, str. 96.

8 U periodu 2010 – 2015. godine izvoz komercijalnih usluga u svetu rastao je po prosečnoj godišnjoj stopi od 7%, a u Evropskoj uniji (28) po stopi od 6%. U istom periodu prosečna godišnja stopa rasta izvoza turističkih usluga u svetu iznosila je 5%, a u Evropskoj uniji 1% godišnje. Krajem ovog perioda udeo Evropske unije (28) u svetskom izvozu turističkih usluga iznosio je 29,9%, a u uvozu 27,7%, odnosno 2015. godine, ostvarena vrednost izvoza ove vrste usluga u Evropskoj uniji iznosila je blizu 367,7 milijardi dolara, a vrednost uvoza iste godine iznosila je 336,5 milijardi dolara. Izvor: WTO, World Trade Statistical Review 2017, str. 116-117.

privrednog razvoja, odlikuju se niskom konkurentnošću i imaju dugoročno nedefinisanu strukturu izvoza. Povećanje udela usluga u strukturi spoljne trgovine balkanskih zemalja podrazumevalo je da one dobiju značajnije mesto u njihovom privrednom razvoju, u strukturi njihove privrede i strukturi njihovih investicija.

Tabela 1  
Izvoz i uvoz usluga balkanskih zemalja u periodu od 1990. do 2017. godine – mil USD

	1990	1995	2000	2005	2010	2017
<b>I Z V O Z</b>						
Albanija	32	94	429	1.154	2.256	3.193
BiH	...	...	448	987	1.198	1.848
Bugarska	837	1.431	2.129	4.413	6.630	8.727
Hrvatska	...	2.223	4.056	9.966	11.579	15.016
Grčka	6.514	12.615	19.278	34.164	37.588	32.061
Makedonija	...	185	290	492	887	1.655
Rumunija	610	1.477	1.719	5.063	8.753	23.387
Slovenija	...	2.010	1.888	3.989	6.073	8.092
Srbija*	...	...	471	2.010	3.523	5.950
Crna Gora	...	...	...	...	1.042	1.569
Turska	7.882	14.475	20.177	27.646	36.057	43.392
<b>Ukupno</b>	<b>15.875</b>	<b>34.510</b>	<b>50.885</b>	<b>89.884</b>	<b>115.586</b>	<b>144.890</b>
<b>U V O Z</b>						
Albanija	29	98	413	1.318	1.990	1.898
BiH	...	...	256	425	525	552
Bugarska	600	1.278	1.660	3.389	4.160	5.207
Hrvatska	...	1.373	1.782	3.351	3.459	4.552
Grčka	2.756	3.721	10.926	14.301	19.875	12.149
Makedonija	...	386	260	533	817	1.183
Rumunija	787	1.803	1.947	5.425	8.104	14.397
Slovenija	...	1.425	1.427	2.825	4.293	5.127
Srbija*	...	...	293	1.478	3.476	4.853
Crna Gora	...	...	...	...	433	583
Turska	2.794	4.654	8.532	10.756	18.530	22.662
<b>Ukupno</b>	<b>6.967</b>	<b>14.738</b>	<b>27.496</b>	<b>43.801</b>	<b>65.662</b>	<b>73.163</b>

\*Podaci od 1990. do 2005. godine odnose se na Srbiju i Crnu Goru

Izvor: Internet: <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDStatProgramSeries.aspx?Language=E> dostupno 17/06/2018

Očigledno da je spoljna trgovina uslugama balkanskih zemalja u posmatranom periodu relativno brzo rasla. U periodu između 2010. i 2017. godine, usled negativnih efekata svetske ekonomske krize, većina zemalja beleži umereniji rast izvoza i uvoza usluga od onoga koji je ostvarivala u prethodnom periodu. Krajem posmatranog perioda zapaža se drastičan pad ostvarenih vrednosti uvoza i izvoza usluga Grčke, što je posledica dužničke krize u toj zemlji, ali i krize Evrozone. Posmatrano u celini, možemo reći da je Balkan danas, u evropskim relacijama respektabilno područje izvoza usluga sa ostvarenom vrednošću izvoza od blizu 145 milijardi dolara. Takođe, ovaj region je i značajan uvoznik usluga sa ostvarenom vrednošću od 73 milijardi dolara u 2017. godini. Neke zemlje iz ovog regiona važe za, u svetskim razmerama značajne izvoznike usluga, te njihov izvoz usluga po vrednosti višestruko premašuje izvoz roba.<sup>9</sup> To govori da usluge

9 Toj grupi zemalja pripada Albanija koja je 2016. godine izvezla roba u vrednosti od 596,46 miliona dolara, a usluga u vrednosti od 3.240 miliona dolara, zatim Hrvatska čija je

imaju rastući značaj u spoljnoj trgovini balkanskih zemalja, pa je realno očekivati da one i u budućnosti imaju još veće učešće, samim tim i mnogo veći značaj u njihovom ekonomskom i društvenom razvoju.

“Razvoj turističke privrede u Balkanskim zemljama, pored doprinosa ukupnom privrednom razvoju, može biti i u funkciji ublažavanja negativnog demografskog bilansa koji poslednjih decenija opterećuje gotovo sve zemlje iz ove grupe. Sve Balkanske zemlje se suočavaju sa problemom visoke nezaposlenosti i velikog odliva radno sposobnog stanovništva ka zemljama zapadne Evrope. Razvoj turističke privrede u ovoj grupi zemalja generiše otvaranje novih radnih mesta što pruža mogućnost stručnom i radno sposobnom stanovništvu da u svojoj zemlji radi i živi od svog rada. Turizam takođe forsira razvoj onih elemenata bez kojih sam ne funkcioniše (saobraćajnu i komunalnu infrastrukturu, prateće uslužne delatnosti, estetizovanu fizionomiju naselja, specifičnu urbanizaciju itd.), što je ovim zemljama preko potrebno (Devedžić, 2007: 67).”

Podaci o kretanju izvoza i uvoza usluga balkanskih zemalja u poslednje tri decenije izneti u tabeli 1 potvrđuju da je u prethodnom periodu došlo do rasta njihove međusobne trgovine uslugama. Izrazito brzi rast obima i vrednosti trgovine uslugama u ovim zemljama se može tumačiti kao pozitivna posledica procesa tranzicije. Činjenica je da do ekspanzije spoljne trgovine uslugama u ovoj grupi zemalja, dolazi upravo posle 2000. godine kada mnoge od njih započinju proces tranzicije, dok se u Evropskoj uniji ta ekspanzija desila u ranijim decenijama. Većim učešćem usluga u spoljnotrgovinskoj razmeni balkanskih zemalja, delimično su kompenzovani efekti deindustrijalizacije kojoj su ove zemlje bile izložene krajem prošlog veka, pa i tokom čitavog posmatranog perioda. Činjenica da usluge zauzimaju vrlo visoko mesto u izvozu balkanskih zemalja, govori o tome da one uspešno prate trendove u globalnoj trgovini i zauzimaju bolje pozicije u međunarodnim ekonomskim odnosima nego što je to bio slučaj početkom ovog veka.

#### EVROPSKA UNIJA KAO PERSPEKTIVNO TRŽIŠTE TURISTIČKIH USLUGA BALKANSKIH ZEMALJA

Evropska unija ima veliko i dinamično tržište turističkih usluga na čije formiranje utiču njena ekonomska razvijenost, visok nivo životnog standarda stanovništva, makroekonomska stabilnost, razvijeni ekonomski odnosi sa inostranstvom, razvijenost institucija u oblasti društvenih delatnosti i drugi faktori. Turističke usluge predstavljaju vrlo važan deo ekonomske aktivnosti i spoljne trgovine Evropske unije. Po obimu i vred-

---

vrednost izvoza roba iste godine iznosila 13.825 miliona dolara, a vrednost izvoza usluga 15.347,81 miliona dolara, Grčka, sa izvozom roba u vrednosti od 28.169 miliona dolara i usluga u vrednosti od 32.352 miliona dolara i Crna Gora sa ostvarenom vrednošću izvoza roba od 360,54 miliona dolara i vrednošću izvoza usluga od 1.568,59 miliona dolara. Izvor: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.GNFS.CD> dostupno: 02/06/2018.

nosti uvoza i izvoza turističkih usluga ona zauzima vrlo značajno mesto u svetu.<sup>10</sup> Upravo te činjenice mogu biti od značaja za perspektivni razvoj turizma u balkanskim zemljama i njihov izvoz turističkih usluga. Turistička ponuda balkanskih zemalja odraz je njihovih geografskih, prirodnih i kulturnih odlika. Dostignuti nivo razvoja njihove turističke privrede u kojoj su zastupljeni gotovo svi vidovi turizma: primorski, planinski, banjski, izletnički, rekreativni, gradski i sl. i nivo izvoza turističkih usluga u zemlje članice Unije, predstavljaju dobru osnovu za dalje aktivnosti u tom pravcu (Bučar, 2017). Procesi globalizacije svetske privrede, regionalnog povezivanja i saradnje na prostoru Balkana mogu doprineti da balkanske zemlje povećavaju izvoz svojih turističkih usluga na tržište Evropske unije. Prednosti koje idu u prilog tome su geografska blizina ova dva tržišta, značajni turistički potencijali balkanskih zemalja i visok nivo životnog standarda stanovništva unije koji stimulatивно deluje na rast tražnje za turističkim uslugama. Sa druge strane, poslednjih decenija i stanovništvo balkanskih zemalja pokazuje veće interesovanje i tražnju za turističkim destinacijama zemalja Evropske unije (Božić, 2005: 60). To je posledica porasta životnog standarda stanovništva, i administrativnih olakšica u smislu ukidanja viznog režima koji je prema većini balkanskih zemalja bio na snazi krajem prošlog i početkom ovog veka. Za Evropsku uniju, razvoj spoljnotrgovinske saradnje u oblasti turizma sa balkanskim zemljama ima veliki značaj, utoliko pre što Evropska unija dugoročno računa da će turizam biti veoma važan deo njene ekonomske aktivnosti, odnosno da će on biti generator rasta njene privrede, rasta zaposlenosti radne snage i deviznog priliva. Realno je očekivati da će se u budućnosti Evropska unija boriti za očuvanje pozicije koju ima na globalnom turističkom tržištu na kome se procenjuje da će joj najveći konkurenti u budućnosti biti Kina, SAD, zemlje jugoistočne Azije i zemlje severne Afrike (Singleton, 2016: 161).

Polazeći od toga, potrebno je da balkanske zemlje dugoročno definišu strukturu svoje privrede i strukturu svog izvoza. Već ostvareni rezultati i započeti procesi razvoja sektora usluga u ovoj grupi zemalja u funkciji su ekonomske valorizacije turističkih i sličnih potencijala sa kojima one raspolažu. U tome su posebno odmakle Turska, Grčka i Hrvatska kao zemlje koje ostvaruju najveći izvoz turističkih usluga, dok su kod nekih zemalja kao što su Makedonija, Bosna i Hercegovina turističke usluge delatnost koja ima perspektivu, ali koja sa aspekta izvoznih prihoda danas nema veliki značaj za ove zemlje (Broz, Buturac & Tkalec, 2015: 889). Dominantan položaj Grčke i Turske koje su na Balkanu prepoznate kao vodeći izvoznici turističkih usluga, zatim uspeh koji je Hrvatska ostvarila u procesu evrointegracija i njeni turistički potencijali, od posebnog su značaja za ekonomski oporavak balkanskih zemalja. Pored turističkih usluga, za ekonomski oporavak i razvoj jednako su značajne i usluge saobraćaja,

10 Prema istraživanjima WTO Evropa (kao destinacija) je u 2017. godini sa 616,2 miliona turista učestvovala sa 55,6% u ukupnom svetskom turizmu. Projekcije stručnjaka predviđaju da će u narednih dvadeset godina broj turista beležiti brži rast u Kini, Rusiji, nekim zemljama Istočne Azije nego u Evropi. No, bez obzira na to, Evropa će i dalje biti najznačajnija svetska turistička destinacija (sa 717 miliona od ukupno 1,8 milijardi turista), koliko se predviđa da će ih biti u 2030. godini u svetu. UNWTO, *Tourism Towards 2030*, 2012, str. 12.



koje poslednjih godina beleže sve veće učešće u ukupnom izvozu usluga balkanskih zemalja.

Tabela 2  
Struktura spoljne trgovine uslugama balkanskih zemalja u 2016. godini

	Uvoz			Izvoz		
	Saobraćaj	Turizam	Ostalo	Saobraćaj	Turizam	Ostalo
Albanija	11,1	72,2	16,7	8,7	73,9	17,4
Bosna i Hercegovina	37,5	30,3	32,2	2,5	58,3	39,2
Bugarska	32,6	28,6	38,8	23,5	44,4	32,1
Hrvatska	17,5	26,4	56,1	9,2	72,5	18,0
Grčka	50,0	19,2	30,8	36,0	51,0	13,0
Makedonija	27,3	18,2	54,5	29,2	22,5	48,3
Rumunija	18,3	20,2	61,5	37,2	11,1	51,7
Srbija	28,6	31,4	40,0	24,4	22,9	52,7
Crna Gora	40,0	8,5	51,5	18,5	69,2	12,3
Slovenija	23,4	23,8	52,8	28,6	36,5	34,9
Turska	37,2	24,2	38,6	30,3	57,1	12,6

Izvor: <https://comtrade.un.org/labs/dit-trade-vis/?reporter=792&partner=0&type=S>  
=S pristupljeno: 28/06/2018

Prezentovani podaci pokazuju da saobraćajne i turističke usluge čine najveći deo spoljne trgovine uslužnog sektora balkanskih zemalja. Najveći deo te trgovine one ostvaruju sa zemljama članicama Evropske unije. Dugoročno treba očekivati da se takvi odnosi zadrže i u budućnosti sa trendom povećanja obima te trgovine i porasta njihovog učešća u sektoru usluga. Sama geografska blizina Balkana i EU, dovoljan je faktor razvoja međusobne trgovine turističkim uslugama, naročito ako imamo u vidu da je tražnja, kao i ponuda, usluga razvijenih zemalja Zapadne Evrope velika i raznovrsna.

Dugoročni efekti trgovine turističkim uslugama između balkanskih zemalja i Evropske unije biće uslovljeni i nekim drugim aktivnostima koje izražavaju razvoj odnosa unutar unije i odvijanja procesa evrointegracije balkanskih zemalja. Radi se o pitanjima kao što su politika daljeg proširenja Evropske unije – posebno na region Balkana, eventualne promene u primeni Šengenskog sporazuma o viznoj liberalizaciji, koji uslovljava slobodno kretanje ljudi; razvoj saobraćajne infrastrukture i uklapanje balkanskih zemalja u evropske infrastrukturne projekte; funkcionisanje i proširenje Evrozone na područje Balkana, razvoj evropskog sistema bezbednosti, kao i širenje i primena evropskih standarda u turizmu. Od posebnog značaja za razvoj trgovine turističkim uslugama između balkanskih zemalja i Evropske unije može biti i razvoj prekogranične saradnje između zemalja članica Evropske unije i balkanskih zemalja koje se nalaze u procesu evrointegracije. Prekogranična saradnja u svim oblastima, pa i u oblasti razvoja turizma se poslednjih godina intenzivno promovise i podržava sredstvima iz predpristupnih fondova Evropske unije:

“Smisao razvoja prekogranične saradnje je da se ukaže na zajedničke karakteristike koje doprinose zajedničkom identitetu regiona, i koje mogu biti u funkciji razvoja tolerancije i razumevanja među ljudima. Angažovanjem sredstava iz fondova za podršku razvoju prekogranične saradnje, pograničnim regionima se omogućava da prevaziđu periferni status, da na duži rok obezbede održivi razvoj i poboljšaju uslove života i standard svog stanovništva (Dimoska, 2008: 174.”

Sve navedeno čini korpus važnih pitanja za razvoj turizma i turističke privrede, samim tim i za trgovinu turističkim uslugama između balkanskih zemalja i Evropske unije.

### PERSPEKTIVE TRGOVINE TURISTIČKIM USLUGAMA IZMEĐU BALKANSKIH ZEMALJA I EVROPSKE UNIJE

Međusobna trgovina turističkim uslugama između balkanskih zemalja i Evropske unije, predstavlja veoma važan deo njihovih ekonomskih odnosa i ekonomske saradnje. To je proizvod aktuelnih trendova u međunarodnoj trgovini i napretkom u razvoju međusobnih odnosa Balkana i Evropske unije. U tom smislu se može ukazati na nekoliko činioca koji doprinose rastu trgovine turističkim uslugama između ova dva dela Evrope i stvaraju ambijent koji će i u budućnosti podržati razvoj te trgovine: Pre svega, rast usluga u međunarodnoj trgovini je evidentan i potvrđuje se kao opšte pravilo i dugoročni trend te trgovine, a u okviru toga, rast trgovine turističkim uslugama zauzima vrlo značajno mesto. Ono je uslovljeno rastom i razvojem turizma kao privredne delatnosti, ali i brojnim drugim aktivnostima koje su u funkciji njegovog širenja kao što su liberalizacija kretanja ljudi, razvoj saobraćaja i pojeftinjenje saobraćajnih usluga, razvoj sistema bezbednosti i sl. Treće, veliko i rastuće tržište turističkih usluga Evropske unije, kao i njegova geografska blizina, omogućice da se trgovina tim uslugama stalno povećava na obostranu korist. Neke od zemalja članica EU, već sada svoj privredni razvoj zasnivaju na razvoju turističke privrede, posebno međunarodnog turizma. Zemlje u kojima je ostvareno najveće učešće međunarodnog turizma u domaćem bruto proizvodu u 2017. godini, su: Malta 15,1%, Hrvatska 10,1%, Grčka 7,6%, Kipar 6,4%, Portugalija 6,4%, i Španija 5,8%. Među Balkanskim zemljama, iste godine, najveće učešće međunarodnog turizma u domaćem bruto proizvodu ostvarile su: Crna Gora 11,3%, Albanija 6,0%, Turska 5,0%, Slovenija 3,6% i Bugarska 7,4%.<sup>11</sup>

Balkanske zemlje su u prilici da svetu i Evropskoj uniji ponude veliki obim, raznovrsnu strukturu i dobar kvalitet turističkih usluga, zatim usluge u saobraćaju, zdravstvu, obrazovanju i sl. Turističke usluge balkanskih zemalja imaju dosta zajedničkih karakteristika koje su od značaja za njihov izvoz, pa se mogu smatrati važnim „balkanskim brendom“ u nji-

<sup>11</sup> Izvor: World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 pp. 78-301.



hovoј spolјnoj трговини. На другој страни и Европска унија у својој понуди услуга према балканским земљама треба посебну пајњу да усмери на туристичке и саобраћајне услуге, али и неке друге високо софтициране услуге, попут оних информатичких, финансијских, маркентишких, медијских, здравствених, образовних и сл., за којима ће дугорочно постојати увозна трајња у балканским земљама. Перспективно, међусобна трговина услугама између Европске уније и балканских земља представљаје вајан део њихове укупне трговине, самим тим и укупних економских односа.

У контексту економског опоравка и развоја балканских земља, развој сектора услуга уопште, и у оквиру њега туризма, од посебног су значаја. Оне се тиме уклапају у глобалне трендове развоја услуга и међународне трговине услугама. Ефекти њиховог развоја могу бити разноврсни и делотворни за економски развој ове групе земља. Реално је да туризам последњих година бежи веће ућеће у структури БДП-а балканских земља, да, као радноинтензивна грана привреде доприноси повећању раста запослености радне снаге и доприноси економској валоризацији природних услова, историјског наслеђа и културног богатства балканских земља појединачно и региона Балкана у целини. Посебно значајан допринос туристичке привреде, њеног извозног дела, јесте у повећању девизног прилива ових земља који је за њих нарочито значајан с обзиром на њихове велике deficite у спољнотрговинској размени са иностранством. Досадашњи растући тренд девизног прилива по основу извоза туристичких услуга неопходно је наставити и у будућности.

Табела 3  
Вредност извоза туристичких услуга у периоду од 2000. до 2017. године са пројекцијама до 2025. године – млрд USD

	2000	2005	2010	2017	2020*	2025*
Албанија	0,73	0,95	1,68	1,97	2,21	2,76
БиХ	0,47	0,67	0,60	0,84	1,01	1,33
Бугарска	3,21	4,25	3,62	4,50	4,68	5,77
Хрватска	5,21	8,54	7,24	11,03	12,45	15,38
Грчка	17,19	17,71	14,48	19,46	21,95	27,70
Македонија	0,17	0,15	0,21	0,32	0,39	0,48
Румунија	1,16	1,93	1,93	2,87	3,07	3,42
Слоенија	1,97	2,10	2,47	2,82	3,26	4,00
Србија	0,11	0,37	0,87	1,48	1,70	2,26
Црна Гора	0,22	0,43	0,75	1,05	1,21	1,52
Турска	11,39	18,95	18,44	31,31	34,34	43,47

\*пројекције

Извор: Интернет: <https://www.wttc.org/datagateway/> приступљено: 03/07/2018.

Podaci pokazuju da su sve balkanske zemlje od 2000. do 2017. godine zabeležile vidan rast deviznog priliva po osnovu izvoza turističkih usluga. Nesumnjivo da najveći deo toga priliva dolazi iz Evropske unije. Procenjene vrednosti kretanja tih priliva pokazuju da će one i u narednih nekoliko godina beležiti rast. U svim balkanskim zemljama za to postoje povoljni uslovi. Rast deviznog priliva po osnovu izvoza turističkih usluga će povoljno uticati na stanje tekućeg bilansa plaćanja ovih zemalja u odnosima sa inostranstvom. Za neke balkanske zemlje kao što su Grčka, Hrvatska i Turska, čiji prilivi po osnovu izvoza turističkih usluga daleko premašuju devizne prilive po osnovu izvoza roba, ovakvi trendovi su izuzetno značajni.

Politička i makroekonomska stabilnost balkanskih zemalja pojedinačno i regiona u celini, važna su pretpostavka povećanja obima prometa turističkih usluga sa inostranstvom, posebno sa Evropskom unijom. Gotovo sve balkanske zemlje imaju probleme vezane za svoju makroekonomsku stabilnost, odnosno nestabilnost. Ti problemi posledica su dugoročnih strukturnih neusklađenosti koje proizilaze iz neefikasnih sistema i neefikasnog upravljanja. Oni se manifestuju u rastu cena na tržištu, povremenoj inflaciji koja remeti tržišne odnose i utiče na turističku ponudu, oscilacijama u kretanju lične potrošnje i, poslednjih godina i preteranim rastom svih oblika potrošnje čime se unose razne dubioze u ekonomiju svake od ovih zemalja. U većini balkanskih zemalja koje se nalaze u procesu tranzicije je još uvek prisutna siva ekonomija, korupcija i kriminal što veoma negativno utiče na njihovu turističku ponudu i potencijalne ekonomske efekte koji se od te ponude očekuju. Savremena iskustva pokazuju da su makroekonomska kretanja vrlo značajan faktor stabilnosti turističke ponude i rasta izvoza turističkih usluga. Zemlje koje imaju izraženiju makroekonomsku nestabilnost imaju i više problema u izvozu svojih turističkih usluga, odnosno, ona umanjuje njihovu konkurentsku sposobnost na međunarodnom tržištu tih usluga.

Spoljnotrgovinska razmena turističkih usluga između Evropske unije – njenih članica, i balkanskih zemalja ima prevashodno ekonomsko značenje. Međutim, pored toga ne treba gubiti iz vida ni širi društveni, politički i kulturni aspekt te razmene (Mitrović, 2009: 127). Misija turizma jeste i u tome da doprinosi boljem poznavanju i razumevanju između naroda i njihovih zajednica, što je za Balkan – kao region visoko suprotstavljenih društava i država, posebno značajno. Isto tako, proces evrointegracije Balkana još uvek nije u potpunosti završen, što kvalitetu i složenosti društveno-političkih odnosa između Evropske unije i balkanskih zemalja daje širu dimenziju od čisto ekonomske. Turizam, u čijoj su osnovi putovanja radi odmora i upoznavanja drugih prirodnih, istorijskih i kulturnih osobnosti, najbolji je način da se ruše predrasude, mitovi i antagonizmi između država i naroda, čega na Balkanu i u odnosima Balkana sa ostatkom Evrope, ima na pretek. Ta društvena dimenzija turizma, njeno ostvarivanje u regionu Balkana i u njegovim odnosima sa Evropskom unijom, usloviće ekonomsku valorizaciju turističkih potencijala Balkana i intenzitet i pravce razvoja trgovine turističkim uslugama u budućnosti.

## ZAKLJUČAK

Tražnja za turističkim uslugama u zemljama Evropske unije ima dugoročni trend rasta koji je omogućen stabilnim i kontinuiranim ekonomskim razvojem ove velike regionalne asocijacije. To je vrlo važna činjenica za balkanske zemlje i buduću njihovu politiku razvoja turističke privrede, posebno njenog izvoznog dela. To praktično znači da ova grupa zemalja, i Balkan kao region, mogu dugoročno računati na tržište Evropske unije u izvozu svojih turističkih usluga. Shodno tome, turizam kao privredna delatnost treba da bude spona ekonomskog povezivanja Evropske unije i Balkana na obostranu korist. Rast međusobnog poverenja, politička stabilnost u regionu Balkana, liberalizacija ekonomskih odnosa u regionu i sa zemljama Evropske unije, sloboda kretanja ljudi, učvršćivanje bezbednosti i zdravstvene sigurnosti, su delovi procesa evrointegracije od kojih će turistička privreda imati posebne koristi.

Balkanske zemlje imaju velike prirodne, kulturne, istorijske, geografske, zdravstvene, sportske i druge potencijale i pretpostavke za razvoj turizma. U budućnosti turizam može biti vrlo važan deo izvozne ponude balkanskih zemalja, pa čak i njihov izvozni brend. Mnogi potencijali za razvoj turizma nisu iskorišćeni. U dugom procesu prilagođavanja privreda balkanskih zemalja novim trendovima privrednog razvoja koje nameće globalna ekonomija, zapostavljena je modernizacija brojnih turističkih kapaciteta, što je u jednom periodu negativno uticalo na njihovu ekonomsku valorizaciju. Takvo stanje se poslednjih godina popravlja zahvaljujući inostranim investicijama, primeni novih tehnoloških rešenja, prihvatanju modernih sistema upravljanja turističkom privredom, savremenim marketinškim aktivnostima i obrazovanju i stručnom osposobljavanju kadrova za rad u turističkoj privredi. Navedeni činioци pozitivno utiču na unapređenje turističke privrede na Balkanu i zahvaljujući njima, turizam kao privredna delatnost danas zauzima značajnije mesto u privrednom razvoju ove grupe zemalja nego što je to bio slučaj početkom ovog veka. Kada je reč o trgovini turističkim uslugama balkanskih zemalja sa Evropskom unijom, već do sada ostvareni rezultati mogu biti solidna osnova za rast te trgovine u budućnosti. Ali balkanske zemlje moraju imati u vidu da je konkurencija na tržištu turističkih usluga izrazito velika. Na tom tržištu nastupaju veliki turistički ponuđači iz same unije kao i iz celoga sveta. U takvim uslovima balkanskim zemljama neće biti lako da se izbore za svoje mesto na tržištu Evropske unije koje bi im donelo veće plasmane turističkih usluga i garantovalo dugoročan opstanak. U nastupu na tržište turističkih usluga Evropske unije, balkanske zemlje moraju voditi računa o tome da u datim uslovima što bolje promovišu svoju ponudu i ostvare visok kvalitet pružanja usluga, da pored toga, preduprede eventualne probleme i primenjuju sve ono što im na tom tržištu obezbeđuje visok stepen tražnje za njihovim turističkim uslugama.

LITERATURA

- Agenda 21 za turističku privredu – Opšti etički kodeks u turizmu*. Beograd: Turistička organizacija Srbije, 2000.
- Božić, Milorad. „Mestoto na turizma v strukturata na stopanstvoto na balkanskite strani“. *Pirinski knižovni list – Spisanie za turistika* 2005: 58–64.
- Božić, Milorad. „Strukturno prilagođavanje balkanskih zemalja Evropskoj uniji: ekonomski aspekt“. U *Balkan u procesu evrointegracije – strukturne promene i kultura mira*, 29–55. Niš: Filozofski fakultet u Nišu, 2007.
- Božić Miljković, Ivana. *Ekonomije balkanskih zemalja na početku XXI veka*. Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 2018.
- Broz Tanja, Goran Buturac and Marina Tkalec. „To what Extent does Croatia Really Cooperate with SEE Countries in the Fields of Foreign Trade, Direct Investment and Tourism“. *Economic Research* 28, 1 (2015): 879–906.
- Bučar, Kristina. „Green Orientation in Tourism of Western Balkan Countries“. In *Green Economy in the Western Balkans: Towards a Sustainable Future*, edited by Sanda Renko and Almir Pestek, 175–209. Emerald Publishing LTD, 2017.
- Devedžić, Mirjana. „Prilog izučavanju uticaja turizma na demografski razvitak“. *Stanovništvo* 2 (2007): 63–79.
- Dimoska, Tatjana. „Sustainable Tourism Development as a Tool for Eliminating Poverty“. *Facta Universitatis: Series Economics and Organization* 5, 2 (2008): 173–178.
- Mitrović, Ljubiša. *Homo turisticus i kultura mira*. Niš: Centar za balkanske studije, 2009.
- Singleton, Peter Antony. „The geopolitics of future tourism development in an expanding EU“. *Journal of Tourism Futures* 2, 2 (2016): 155–164.
- UNWTO, „Tourism Towards 2030“, 2012.
- World Economic Forum, „The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017“.
- WTO, „World Trade Statistical Review 2017“.
- <https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.GNFS.CD>
- <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBViewData.aspx?Language=E>
- <https://comtrade.un.org/labs/dit-trade-vis/?reporter=792&partner=0&type=S>
- <https://www.wttc.org/datagateway/>

---

**TOURIST SERVICES IN THE TRADE OF THE BALKAN COUNTRIES  
WITH THE EUROPEAN UNION****Summary**

One of the basic characteristics of international trade during the last several decades has been the growth of services, especially tourist ones. That is also one of the characteristics of the Balkan countries' foreign trade with the European Union, in which the given type of services also features prominently. The general trends in the area, which are determined by globalization and regionalisation, point to the fact that, in the future, tourist services may gain even greater importance in the trade with the European Union and in the economic relations in general. The following facts may support the given estimate. Firstly, there is a growing demand for the given type of services in the European Union: this is a region that is highly economically developed, and that is characterized by a high demand for all kinds of services. On the other hand, the Balkan countries have high touristic potential, wherefore they can expect to see their tourism develop fast. The paper analyses the trends in the trade pertaining to tourist services between the two given groups of countries and explores the ways tourist services can boost the Balkan-European Union economic relations in the future. This paper also takes into account the results of the given sort of economic relations and the general trends in the international trade pertaining to tourist services.

**Key words:** tourist services, the Balkan countries, the European Union, foreign trade, eurointegration.

