

**UNIVERZITET "ADRIATIK" BAR
FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE
TIVAT**

Vladana Stanišić

**TURIZAM KAO FAKTOR
SOCIO – KULTURNIH PROMJENA**

MAGISTARSKI RAD

Bar, jul 2019.

**UNIVERZITET "ADRIATIK" BAR
FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE
TIVAT**

**TURIZAM KAO FAKTOR
SOCIO – KULTURNIH PROMJENA**

MAGISTARSKI RAD

Predmet: Sociologija turizma

Ime i prezime mentora: Prof.dr Stevo Nikić

Ime i prezime studenta: Vladana Stanišić

Studijski program: Nautički turizam

Broj indeksa: M 9/16

Bar, jul 2019.

- **PODACI O MAGISTRANTU:**

Vladana Stanišić, rođena je 08.09.1991. godine na Cetinju. Osnovnu školu „Njegoš“ i Gimnaziju opšteg smjera završila je na Cetinju. Svoje obrazovanje nastavila je na Fakultetu političkih nauka gdje je završila osnovne i specijalističke studije, studijskog programa – Novinarstvo. Nakon toga, upisala je postdiplomske magistarske studije – Nautički turizam na Fakultetu za mediteranske poslovne studije u Tivtu.

- **INFORMACIJE O MAGISTARSKOM RADU:**

Fakultet za mediteranske poslovne studije – Tivat

Postdiplomske akademske magistarske studije

Studijski program: Nautički turizam

Naslov rada: TURIZAM KAO FAKTOR SOCIO – KULTURNIH PROMJENA
U CRNOJ GORI

Prevod naslova na engleskom jeziku: TURISM AS A SOCIOCULTURAL
FACTOR IN MONTENEGRO

- **OCJENA I ODBRANA MAGISTARSKOG RADA**

Datum prijave magistarskog rada

Datum sjednice Vijeća kada je prihvaćena tema:

Komisija za ocjenu teme:

Prof.dr Stevo Nikić

Prof.dr Srđa Popović

Prof.dr Predrag Sekulić

Komisija za ocjenu rada:

Prof.dr Stevo Nikić

Prof.dr Srđa Popović

Prof.dr Predrag Sekulić

Komisija za odbranu rada:

Prof.dr Stevo Nikić

Prof.dr Srđa Popović

Prof.dr Predrag Sekulić

Datum odbrane:

Mentor: Prof.dr Stevo Nikić

SADRŽAJ

UVOD.....	6
1.1. PROBLEM ISTRAŽIVANJA	7
1.2. PREDMET ISTRAŽIVANJA	8
1.3. CILJ ISTRAŽIVANJA.....	9
1.4. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA	9
1.5. METODE ISTRAŽIVANJA.....	10
1.6. ZNAČAJ ISTRAŽIVANJA	10
2. TURIZAM	11
2.1. POJAM I DEFINICIJA TURIZMA	11
2.2. DEFINISANJE POJMOVA “TURIST” I “TURIZAM”.....	12
2.3. VRSTE I OBLICI TURIZMA	14
2.4. RAZLIČITI OBLICI TEMATSKOG TURIZMA	15
2.5. EKOTURIZAM.....	17
2.6. SPORTSKO – REKREATIVNI TURIZAM	24
2.7. ZDRAVSTVENI TURIZAM	27
2.8. NAUTIČKI TURIZAM	31
2.8. AVANTURISTIČKI TURIZAM	35
2.9. KULTURNI TURIZAM	37
2.10. VJERSKI TURIZAM.....	45
2.3. EKONOMSKI UČINAK TURIZMA	50
2.4. UGOSTITELJSTVO I HOTELIJERSTVO	53
2.4.1. <i>Komponente ugostiteljstva</i>	55
2.4.1. <i>Ugostiteljstvo i njegovi zadaci</i>	55
2.4.2. <i>Hotelijerstvo u Crnoj Gori</i>	58
3. CRNA GORA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA	59
3.1. HRONIKA RAZVOJA CRNOGORSKOG TURIZMA.....	59
3.2. OBRAZOVANJE U TURIZMU	66
3.3. GLOBALNI TRENDLOVI U CRNOJ GORI.....	67
3.4. CRNOGORSKO DRUŠTVO	71
3.5. KULTURA U CRNOJ GORI – ZNAMENITOSTI I DOGAĐAJI.....	73
4. STRUKTURA TURISTA KOJI DOLAZE U CRNU GORU	77
ZAKLJUČAK	81
LITERATURA	

SAŽETAK

Turizam je važna privredna grana kod nas i u svijetu. Prirodne ljepote i kulturno – istorijski spomenici su dragocjeno bogatstvo Crne Gore koja svojom osobenošću privlači pažnju brojnih posjetilaca, slučajnih ili namjernih poslovnih ljudi, pjesnika naučnika... Odavno su turisti otkrili njene čari i dolazili da se dive njenoj čudesnoj i neponovljivoj ljepoti, kako u prošlosti tako i danas. Ovim radom želi se ukazati na povezanost i uslovljenost turizma kao vodeće privredne grane u svijetu i u našoj zemlji i socio – kulturološkim promjena koje su njime uslovljene. U radu je ukazano na faktore koji motivišu turiste da masovno posjećuju našu zemlju. To su prije svega, divne pješčane plaže, čisto more i dobri uslovi za kupališni odmor u ljetnjim mjesecima. Domaće stanovništvo mijenja svoje navike, način života i sistem vrijednosti jer je u turizmu prepoznao važan izvor prihoda. U svim krajevima naše zemlje stanovništvo se prilagođava navikama i zahtjevima savremenog turiste, u želji da njihov boravak bude prijatan i ugodan. Takođe, turistima se pruža mogućnost da upoznaju našu kulturu, navike i običaje. Tako nastaje uzajamno prožimanje i neosporni uticaj posjetilaca naše zemlje na domaće stanovništvo i obratno, što sve doprinosi zbližavanju ljudi, razumijevanju i prihvatanju razlika. Kulturno – istorijski spomenici čuvaju drevne tajne prohujalih epoha i mame svojom drevnošću i tajanstvenošću. Za savremenog turistu interesantni su naši Nacionalni parkovi sa bogatstvom biljnog i životinjskog svijeta, planinski grebeni Durmitora i Prokletija sa kojih se vide glečeri čak i u ljetnjim mjesecima. Svojim manifestacijama, kojih ima u izobilju, turistima je omogućeno upoznavanje sa tradicijom i običajima naše zemlje. Prateći svjetske trendove, u Crnoj Gori razvijaju se ekstremni sportovi u kojima mogu uživati brojni posjetiocci sa svih meridijana svijeta.

Ključne riječi: turizam, turističke ponude, atrakcije, potražnja, znamenitosti, kultura, društvo, turistički resursi.

SUMMARY

Tourism is an important economic branch in our country and in the world. Natural beauties, cultural and historical monuments are a precious treasure of Montenegro, which with its peculiarity attracts the attention of numerous visitors, random or intentional business people, poets and scientists. Tourists had discovered her charms long time ago, and came to admire her prodigious and unique beauty, both in the past and today.

This thesis aims to point out the connection and reliance of tourism as the leading economic branch in the world and in our country, as well as socio - cultural changes that are conditioned by it. The thesis points to the factors that motivate tourists to visit our land massively. These are first of all, beautiful sandy beaches, clean sea and good swimming conditions during summermonths.

The local population changes its habits, way of life and system of values because they have recognized an important source of income in tourism. In all parts of our country, the population adjusts to the habits and requirements of a modern tourist, in order to make their stay pleasant and comfortable. Also, tourists are given the opportunity to get to know our culture, habits and customs.

This creates mutual impregnation and indisputable influence of our country's visitors on the domestic population and vice versa, which contributes to bringing people together, understanding and accepting differences.

Cultural and historical monuments preserve the ancient secrets of the flown by epochs and allure with their ancestry and mystery. For the modern tourist, our National Parks, with their richness of flora and fauna are interesting, as well as Durmitor and Prokletije mountain range from which glaciers are seen even in the summer months.

The abundance of manifestations provides tourists the opportunities to get familiar with the traditions and customs of our country. Following the world trends, extreme sports are being developed in Montenegro which numerous visitors from all the world's meridians can enjoy.

Keywords: tourism, tourist offers, attractions, demand, sights, culture, society, tourist resources.

UVOD

Potreba za putovanjima, za upoznavanje novih predjela, krajeva i običaja od davnina je prepoznata kao jedna od važnijih odlika ljudskog roda. Zato s pravom možemo reći da su prvi turisti od davnina nošeni znatiželjom, radozNALOŠCU i entuzijazmom i ko zna čime sve, odlazili u nepoznato, često rizikujući svoje živote.

U današnje vrijeme putovanje je mnogo sigurnije, udobnije zato je turizam važna privredna grana kod nas i u svijetu. To je jedan kompleksan sistem koji se s jedne strane može definisati kao putovanje u cilju rekreativne, kao i pružanje usluga radi ostvarivanja tog cilja. Riječ „turizam“ potiče od francuske riječi ‘tour’, što u prevodu znači: putovanje, obilazak, ekskurzija. Turista je osoba koji putuje najmanje 80 km od mjesta starnog boravka u cilju rekreativne, kako je to definisala Svetska turistička organizacija.

Turizam je i uslužna industrija, koja se sastoji od većeg broja opipljivih i neopipljivih cjelina, međusobno povezanih i uslovljenih jedni drugima. U opipljive cjeline spadaju transportni sistemi - vazdušni, željeznički, putni, vodenii; usluge ugostiteljstva - smještaj, hrana i piće, obilasci, suveniri; i srodnii servisi kao na primjer bankarstvo, osiguranje, kao i bezbjednost i sigurnost. Neopipljive cjeline čine: odmor i relaksacija, kultura, avantura, nova i drugačija iskustva.

Crna Gora kao ekološka i mediteranska država zauzima prepoznatljivo mjesto na turističkim mapama svijeta. Prije svega, ima povoljnu mediteransku klimu koju odlikuje obilje sunčanih dana u ljetnjim mjesecima na Primorju i velika količina snijega u zimskom periodu na sjeveru, a sve to određuje dva najzastupljenija oblika turizma u Crnoj Gori: ljetnji i zimski. Crnogorski gradovi protkani arhitekturom prohujalih epoha svojom ljepotom oduzimaju dah i vraćaju u vijekove kada su nastajali. To posebno oduševljava brojne kruzing turiste u Kotoru i Baru.

U želji da turistima boravak u našoj zemlji bude prijatan i zanimljiv, organizuju se brojne manifestacije, karnevali, maskenbali koncerti putem kojih mogu upoznati našu kulturu, kao i tradiciju i običaje.

U posljednje vrijeme, prateći svjetske trendove, u Crnoj Gori razvijaju se ekstremni sportovi u kojima mogu uživati i turisti. S pravom možemo reći da turizam svuda u svijetu, pa i kod nas, mijenja život ljudi u svim segmentima života. Dolazi do susreta različitih kultura, navika, potreba koji ostavljaju svoj trag u mjestima u kojima borave ali i primaju, namjerno ili slučajno, po nešto od sredina u kojima su boravili.

Crna Gora je od davnina prepoznata po gostoprимstvu i uvažavanju ljudi iz drugih sredina. U tradiciji našeg naroda je da je gost svetinja i svuda je bio primaran sa posebnim počastima. Sve to možemo reći i danas za savremenog gosta, turistu, koji je na svakom koraku nailazio na dobrodošlicu i sigurnost.

1.1. Problem istraživanja

Turizam je jedna od značajnih privrednih grana u svijetu. Savremeni turista danas mnogo putuje, njegova interesovanja za druge narode, živote i običaje je ogromna. Savremeni čovjek koji živi u urbanim sredinama, zagađenim gradovima, punim buke i dinamike, svoje interesovanje usmjerava ka mirnijim sredinama, jer želi da slobodno vrijeme ispunи aktivnostima i sadržajima.

U skladu sa svojim interesovanjima i želji da zadovolje određene potrebe, turisti biraju destinacije sa aktivnostima i atrakcijama koji će najvise odgovarati njihovom ukusu. Crna Gora prati interesovanja turista u EU i pokušava da se prilagodi njihovim potrebama i željama.

Do sada je u tome uspješna jer pripada zemljama sa najvećim rastom stope turizma u svijetu. Taj rast treba da bude održiv, uravnotežen i da stanovništvu Crne Gore donosi dugoročne koristi, uz zaštitu i očuvanje prirodnog bogatstva koja je pokretač razvoja turizma.

Posmatranje i boravak u netaknutoj prirodi spada u najveću atrakciju savremenog turiste, a ono što Crna Gora može da pruži savremenom turisti jeste zadržavajuće

planinske predjele, duga pješačenja, rafting Tarom, planinski biciklizam, planinarenje kao i obilazak kulturno – istorijskih spomenika.

Među njima posebno mjesto zauzimaju: Gospa od Škrpjela, Njegošev mauzolej na planini Lovćen, Cetinjska Tablja, Lipska pećina i mnogi drugi.

Sve ovo uz pejzažne karakteristike i prirodne resurse može doprinijeti boljem pozicioniraju i imidžu Crne Gore u svijetu. Što je njihov doživljaj impresivniji, to su veće šanse za uspjeh privredne grane i svih s njom povezanih djelatnosti. Da bi Crna Gora postala atraktivna turistička destinacija tokom čitave godine, potrebno je i otvaranje novih hotelskih objekata, čime bi se otvorila i nova radna mjesta i povećali prihodi.

U našoj zemlji kreatori turističke ponude prepoznali su blagodeti naše zemlje i uveliko se apostofira aktivni turizam koji turisti s jedne strane nudi mogućnost da uživa u raznolikosti i živopisnosti predjela netaknute prirode i osobenosti kulturnih atrakcija s druge. Bitno je shvatiti interkaciju kulturnih resursa s jedne strane, i očekivanja doživljaja turiste sa druge strane.

1.2. Predmet istraživanja

U radu je dat pojam, definicija turizma i vrste turizma. Posebna pažnja je posvećena različitim oblicima tematskog turizma a to su: Eko – turizam, Sportsko – rekreativni turizam, Zdravstveni turizam, Nautički turizam, Avanturistički turizam, Kulturni turizam i vjerski turizam. Ukazano je i na ekonomski učinak turizma kao glavnog faktora razvoja čitave države. Turizam i industrija kao najdominantnije grane prošle su kroz ovaj proces sa nekonkurentne na konkurentnu tržišnu orjentisanosti i modele nekog novog ponašanja. Različiti politički, ekonomski, socio – kulturni faktori, uticali su na poslovanje hotelskih preduzeća i na stepen turističke ponude i tražnje. Poseban segment u radu je posvećen ugostiteljstvu i hotelijerstvu kao nezamjenljivom djelu turističke ponude. Crna Gora je posebnu pažnju posvetila razvoju ugostiteljske djelatnosti. Nabrojane su komponente ugostiteljstva, zadaci a poseban segment zauzima razvoj hotelijerstva. U radu je data hronika crnogorskog turizma. Napravljena je paralela između hotelijerstva nekada i

sada, ukazana na mogućnost hotelijerstva pružanja današnjih usluga. Posebno poglavljje posvećeno je obrazovanju u turizmu i potrebe Crne Gore za usavršavanjem stručnog kadra.

Ukazano je i na to kako globalizacija na planetarnom nivou se održava na crnogorsko društvo. Crna Gora ima bogato kulturno nasleđe koja datira još iz vremena p.n.e. U radu su pomenuti kulturno – istorijski spomenici, znamenitosti, kulturne manifestacije i događaji koji prate turističku sezonu.

1.3. Cilj istraživanja

U radu su obuhvaćena dosadašnja iskustva iz teorijske i naučne prakse koja ukazuje da je turizam glavna privredna grana u Crnoj Gori, koja utiče na socijalne i kulturne promjene u zemlji. Prije svega, finansijski pospješuje razvoj ugostiteljstva, saobraćaja, trgovine, poljoprivrede, industrije, energetike i doprinosi finansiranju obrazovanja, zdravstva, kulture. Turizam utiče na valorizaciju kulturnih potencijala Crne Gore i njihovu promociju u svijetu, ali i na razvoj kulturnih dešavanja koja se često organizuju samo radi turista. Turisti i turističke kompanije donose nove kulturne vrijednosti u Crnu Goru što utiče na njen brži razvoj, ali i negativne, zagađenje životne sredine, otpadi, buke gužva itd.

1.4. Hipoteze istraživanja

Hg: Turizam je značajan faktor socio – kulturnih promjena koji utiče na razvoj svih segmenta društva.

H1: Turizam doprinosi privrednom rastu jedne zemlje i otvaranju brojnih radnih mesta. Što je više zaposlenih u nekom društvu i što su njihova primanja veća, to je i socijalno stanje u tom društvu bolje.

H2: Turizam utiče na razvoj brojnih privrednih djelatnosti.

H3: Doprinosi valorizaciji kulturne baštine i znamenitosti.

H4: Posjete turiste pospješuju kulturna dešavanja.

1.5. Metode istraživanja

Deskriptivna analiza - ovim metodološkim postupkom će biti opisana turistička putovanja kojima će se dočarati značaj pojedinih destinacija i načini njihove valorizacije.

Sekundarnom metodom, tj. analizom relevantne literature, biće objašnjeni pojmovi iz turizma, vrste i oblici turizma, tržište, organizacija, resursi i ekonomski učinak turizma. Kasnije će biti riječi o turizmu u Crnoj Gori, te kulturom, društvom i međusobnim uticajima.

Na temelju opših prepostavki doći će se do pojedinačnih zaključaka iz kojih se izvodi nova tvrdnja koja proizilazi iz prethodnih, dakle u radu će biti upotrebljena i *deduktivna* metoda. Kako je rad baziran na temelju ranije utvrđenih činjenica i istinitih stavova iz oblasti sociologije turizma, kulture i religije, biće korišćena i *metoda dokazivanja*. Pored naučnih i stručnih djela pri prikupljanju podataka biće korišćeni i internet izvori.

1.6. Značaj istraživanja

Teorijski značaj istraživanja: ovim se radom planira dobijanje uvida u turistička kretanja u svijetu, te sagledavanje trendova u turizmu, naročito kad je u pitanju uticaj na društvene prilike u zemlji i na kulturni okvir destinacije. Time se otvara mogućnost daljeg istraživanja u ovoj oblasti i primjene iskustava kod nas, jer turizam nije izolovana, nego interaktivna grana sa bezbroj mogućnosti koje podrazumijeva kretanje ljudi.

Praktični značaj istraživanja: turizam se, prije svega, posmatra kao finansijska dobit, naročito u vrijeme ljetnje i zimske turističke sezone kao prvenstveni uticaj na povećanje

kvaliteta života u društvu. Međutim, ne treba zanemariti njegov impresivan uticaj na podsticanje opšteg društvenog razvoja, obrazovanja, drugih privrednih grana, infrastrukture, te valorizaciju kulturnih znamenitosti i podsticanja kulturnih festivala. Nezaustavljiv je uticaj turizma na širenje kulturnih potreba, upoznavanje drugih naroda i povećanje nivoa tolerantnosti.

2. TURIZAM

2.1. Pojam i definicija turizma

Za putovanja se znalo još u 18. vijeku. Ona su tada imala romantičarski karakter. Namjera putnika je bila da upoznaju nove predjeli i ljudi. Tadašnja vlastela nošena znatiželjom za odlaskom u nepoznato svoju dokolicu ispunjavali su dugim putovanjima avanturističkog karaktera koja su ponekad trajala godinama. Često su nailazili na poteškoće, neizvjesnosti i bolesti ali ih to nije sprečavalo da ostvare svoju želju i zadovoljstvo zbog boravka u novim krajevima.

“Malo je termina danas u upotrebi tako često kao što je turist i turizam, a da istovremeno ne postoji potreba da se preciznije odredi njihovo značenje. Može se reći da postoji toliko definicija turizma koliko ima ljudi koji se njime bave”.¹ Jedni smatraju da je turizam godišnji odmor, rekreacija, dokolica ili čak putovanje, dok za druge koji rade u turizmu ističu da utiče na produktivnost rada, razvoj nedovoljno razvijenih krajeva, platni bilans itd.

“Svi samo potvrđuju tezu da je turizam izrazito kompleksna i heterogena pojava, pa su stoga i različiti pristupi i zaključci izraz njegove heterogene prirode.”² Turizam se definiše kao putovanje u cilju rekreativne, kao i pružanje usluga radi ostvarivanja tog cilja. Riječ “turizam” potiče od francuske riječi “tour”, i znači: obilazak, ekskurzija putovanje.

¹ Petrić, L., Osnove turizma, Ekonomski fakultet - Split, Split, 2006., str.19

² Ibidem.

“Osnovne karakteristike turizma su: raznovrsnost (heterogenost), sezonski karakter poslovanja, visok stepen elastičnosti tražnje i neelastičnosti ponude. Postoje četiri grupe definicija a to su: nominalističke, privredne, statističke i univerzalne”³.

“Kad smo već na ovom planu putovanja ne možemo a da ne napomenemo Kirkegorovu tezu “Ili – Ili” o starozavjetnom junaku koji nije dao Bogu da se odmori ispred njegove kuće a ovaj ga je kaznio da vječito luta (putuje). Putovanje može biti sloboda i samopotvrđivanje, otkrivanje i doživljavanje samog sebe, širenje vidika i komunikacija, bjekstvo i kompezacija, radost i sreća. Putovali su Odisej i Argonauti, Manovi i Džojsovi junaci i Selimovićev Hasan, pa ipak turizam je putovanje, ali svako putovanje nije turizam.”⁴

Privredna definicija turizma vidi turizam kao dio nacionalne ekonomije koja omogućava turistima da posjećuju lokalitete izvan svog stalnog mjesta boravka gdje rade i žive, statistička definicija obuhvata evidenciju turističkih prometa (broj turista i njihova noćenja), dok univerzalna definicija kaže da je “turizam skup odnosa i pojave nastalih prilikom putovanja i boravka stranaca u nekom mjestu, ukoliko taj boravak ne znači stalno nastanjivanje i nije vezan za sticanje zarade.”⁵

2.2. Definisanje pojmova “turist” i “turizam”

Prema Ogilvi-u pojam “turist” potiče još iz 1800, kada je Pegge definisao današnjeg putnika kao turistu. Nakon toga 1830.godine susrećemo ga u Francuskoj, gdje ga je prvi put upotrijebio Victor Jacquemont, da bi ga konačno lansirao Sthendal 1838.godine.U svojoj knjizi “Philosophie de Voyaguer”, Maurice Alhoy daje već prva objašnjenja razlike između pojmova “voyaguer” i “touriste”.

Uz nastanak pojma turist, javlja se i pojam turizam. Sam pojam turizam službeno je upotrijebljen 1811.godine u jednom sportskom magazinu kako bi se njime označilo

³ <https://sr.wikipedia.org/wiki/>, 12.03.2019., u 18h 23

⁴ Nikić, S., Sociologija turizma i održivi turizam, Fakultet za mediteranske poslovne studije, Tivat, 2012., str. 7

⁵ <https://sr.wikipedia.org/wiki/>, 12.03.2019. , u 19h

meškoljenje, gužva, kretanje gomile na nekoj sportskoj manifestaciji. Iako se pojam turist pojavio ranije od pojma turizam, oba izraza su se u početku upotrebljavala u pomalo anegdotskom ili pežorativnom kontekstu.

“U savremenoj turističkoj teoriji definicije turizma svrstavaju se u dvije osnovne grupe:

- Demand - side definicije odnosno definicije s aspekta potražnje;
- Supply – side definicije odnosno definicije s aspekta ponude.”⁶

Unutar definicija, s aspekta potražnje i aspekta ponude, razvijaju se tzv. statističke i konceptualne definicije turizma. Konceptualne turizam definišu kao skup pojava i odnosa koje proizilaze iz putovanja pojedinaca, a sve u cilju da ne zasnivaju stalno prebivalište u nekom konkretnom mjestu kao i da ne obavljaju nikakve poslovne aktivnosti.

Svjetska turistička organizacija i UNSTAT je dala novu definiciju turizma koja je označila bitan korak naprijed u shvatanju turizma. Navode da “ Turizam obuhvata sve aktivnosti osoba na putovanju i prilikom boravka u mjestima izvan uobičajenog prebivališta u razdoblju ne duže od jedne godine, a u svrhu odmora, poslovnih obaveza itd.”⁷

Ova definicija sadrži bitna obilježja i to:

1. Putovanje pojedinaca i njihov boravak u različitim destinacijama;
2. Putovanje ima kratkoročan i privremen karakter;
3. Uključuje sve aktivnosti u određenoj destinaciji.

Glavna svrha svih ovih definicija je što uspostavljuju odgovarajuće statističke standarde.

⁶ Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S., **Tourism principles and practices**, Pearson Ltd., 2005., str. 12-17

⁷ Petrić, L., *op.cit.*, str.22

2.3. Vrste i oblici turizma

Prema statističkim kriterijumima razlikujemo:

- *Domaći turizam* (npr. Stanovnici Crne Gore, borave i putuju unutar Crne Gore);
- *Ulagni turizam* (stanovnici Njemačke borave u Crnoj Gori);
- *Izlazni turizam* (stanovnici Crne Gore odlaze u neku drugu zemlju).

Cilj svake zemlje, pa i Crne Gore, jeste da poveća svoj ulazni turizam tj. broj stranih i domaćih turista a da smanji broj rezidenata u inostranstvu. Samim tim doći će do porasta prihoda i smanjenje rashoda po osnovi turističkih putovanja.

Sa aspekta tokova kretanja turista razlikujemo⁸:

- Nacionalni turizam – obuhvata kretanja stanovnika unutar zemlje ili izvan nje;
- Međunarodni turizam – za razliku od nacionalnog obuhvata izlazni i ulazni turizam.
- Unutrašnji turizam.

Podjela na posebne oblike turizma omogućuje saznanja o turističkim potencijalima ili određuje turističko putovanje prema nekom kriterijumu. Kriterijumu koji se najviše koriste za razvrstavanje posebnih oblika turizma⁹ su prema:

- *Mobilnosti* (stacionirani, kružni, tranzitni);
- *Prema prostoru na kojem se odvija turističko putovanje* (primorski, planinski, jezerski, seoski, gradski);
- *Načinu organizacije putovanja* (grupni, individualni);

⁸ Ibid., str.28

⁹ Ibid., str.30

- *Sadržaju boravka* (lovni, ribolovni, kongresni, sportski, zdravstveni, nautički, vjerski kulturni itd);
- *Dobi* (dječji, turizam za mlade...);
- Dužini boravka (godišnji odmor, izletnički – vikend).

Prema prostornom dijeli se na¹⁰:

- *Lokalni* (izletnički tj.kretanje turista na lokalnom nivou);
- *Regionalni* (putovanje na prostoru jedne regije npr.kupanje, lov, skijanje);
- *Nacionalni* (kretanje turiste a da pritom ne zahtjeva prelazak državne granice);
- *Međunarodni* (kretanje globalnih razmjera).

Savremeni turista u današnje vrijeme ne zadovoljava se samo prirodnim ljepotama krajeva u koje odlazi. Oni su, svakako, bitni, jer odlazi u tihe krajeve radi mira i odmora od dinamičnosti života u urbanim sredinama. Međutim, da bi boravak bio potpun, potrebno ga je upotpuniti drugim sadržajima, a to su prije svega, kultura i običaji domicilnog stanovništva. Svuda u svijetu, pa i kod nas, kulturne atraktivnosti uključene su u turističku ponudu, što nailazi na veliko interesovanje i zadovoljstva kako domaćih tako i stranih turista.

2.4. Različiti oblici tematskog turizma

Kako što je već pomenuto, savremeni turisti žele što kreativniji i raznovrsniji odmor, pun događaja i novih iskustava, a na te zahtjeve im može udovoljiti turistička destinacija organizovanjem različitih oblika tematskog turizma. Brojna su i različita interesovanja savremenog turiste, pa turistički poslanici se trude da im udovolje ponudom različitih turističkih destinacija i sadržaja.

¹⁰ <http://www.ef.uns.ac.rs/Download/ekonomika-turizma>, 14.03.2019., u 18h 45

Tematski turizam se može shvatiti kao suprotnost masovnom turizmu; odlikuje ga dinamičnost i prilagodljivost raznovrsnom polju turističkih ponuda i proizvoda. Obilježja i broj turističkih proizvoda se povećavaju gotovo svakodnevno. Važno je da turistička destinacija svojim tematskim proizvodima bude prisutna kako na Internetu i raznim društvenim mrežama, koje su sve popularnije, tako i na međunarodnim sajmovima.

“Turista je znatan izvor prihoda za svaku zemlju, s toga se svaka organizacija trudi da pruži novi proizvod koji će za konkurenčku cijenu da pruži nova iskustva, saznanja i prijatne doživljaje zahtjevnom turistu. Formiraju se turističke destinacije na specifičnim prostorima, atraktivnim motivima i bogatijom ponudom sa mogućnošću izbora”.¹¹

Ekonomski učinci koji su dobijeni od specifičnih vidova u koje ubrajamo i tematski zaslužuju posebnu pažnju zbog pozitivnih, ekonomskih, kulturoloških, društvenih i ekoloških efekata na lokalnu zajednicu. Prema Kesaru “specifični oblici turizma su u osnovi privredne djelatnosti malih razmjera, u mnogim slučajevima njihov ukupan prihod biće izražen u malim vrednostima dok su na lokalnom nivou sve strane uključene u proces pružanja turističkih usluga i u poziciji su da ostvare značajan porast prihoda tokom turističke sezone ili u trajanju neke velike manifestacije”.¹²

Tabela 1. Oblici tematskog turizma

Prema potrebi kretanja	Prema vrstama destinacije	Prema vrsti transporta	Prema godišnjem periodu	Prema tipu aktivnosti	Prema strukturi učesnika
Rekreativni	Primorski	Mototurizam	Zimski	Tranzitni	Dječiji
Kulturni	Planinski	Nautički	Ljetnji	Izletnički	Omladinski
Kombinovani	Gradski	Biciklistički	Sezonski	Boravišni	Senior
	Banjski	Avioturizam	Predsezonski		Porodični

¹¹ Jovanović, V., **Tematski turizam**, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2013., str.3

¹² Kesar, O., **Specifični oblici turizma kao nositelji održivog razvoja destinacije**, Školska knjiga, Zagreb, 2003., str.53

			Postsezonski		
--	--	--	--------------	--	--

Izvor: Council of Europe, 2012.

Možemo reći da se oblici tematskog turizma mijenjanju na osnovu zahtjeva i potreba jednog turiste. Podoblici ili oblici koji imaju posebni razvojni potencijal u Crnoj Gori su sledeći:

1. Ekoturizam;
2. Sportsko – rekreativni ;
3. Zdravstevni turizam;
4. Nautički turizam;
5. Avanturistički turizam;
6. Kulturni turizam.
7. Vjerski turizam

2.5. Ekoturizam

Jedan od najperspektivnijih oblika tematskog turizma jeste ekoturizam. Ekoturisti biraju destinacije u kojima će svoje slobodno vrijeme moći provesti bezbrižno u područjima gdje je očuvana prirodna sredina u kojoj će se osjećati opušteno i sa posebnom pažnjom uživati u njoj. Nacionalni parkovi u tom pogledu zadovoljavaju sve potrebe savremenog turiste.

Stručnjak za ekološka pitanja iz Njemačke doktor Herbert Offiner kaže da se razvoj nacionalnih parkova u Evropi odvijao u tri faze. Prva faza se odnosi na zaštitu prirode koja je vid izletničkog turizma, u drugoj fazi je stavljen akcenat za rekreacijom i odmorom, dok je treća faza posljedica potrebe za rekreacijom nakon ratnih katastrofa u kojoj se radi na oživljavanju saobraćaja, privrede i turističkih kretanja.

„Ekoturizam u najširem smislu nudi kako razvojne šanse tako i mogućnosti da se finansiraju zaštićene zone, koje se većinom nalaze u sjevernom i centralnom dijelu Crne Gore. On zahtijeva diferencijaciju na male grupe sa specijalnim interesovanjima i na veliki obim onih koji odmor na plaži povezuju sa jednodnevnom posjetom prirodnih rezervata, kao dijelom svojih doživljaja na godišnjem odmoru i zabave.“¹³

I Crna Gora ima svoje nacionalne parkove koji svojom autentičnošću, ljepotom i jednostavnošću privlače turiste iz cijelog svijeta. Sa svojih 13.812 km² površine Crna Gora je planinska i istovremeno mediteranska zemlja. Geografski, klimatski, hidrografski, geološki, istorijski faktori doveli su do razvoja jedinstvenog biljnog i životinjskog svijeta.

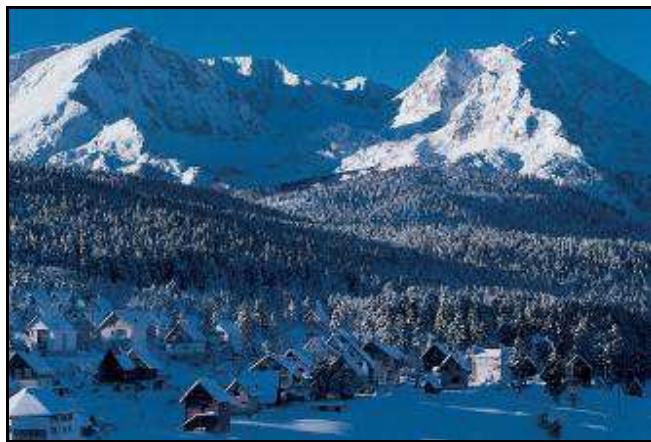
Crna Gora kao atraktivna destinacija savremenom turistom omogućava obilaženje nacionalnih parkova (Durmitor, Lovćen, Prokletije, Biogradska gora, Skadarsko jezero), planinskih grebena sa bogatom vegetacijom na velikim nadmorskim visinama, nezagađene rijeke, očuvani biljni i životnjski svijet, čisto more, vazduh i domaću organsku hranu.

Durmitor je proglašen nacionalnim parkom 1952.godine. Najviši vrh Durmitora je Bobotov Kuk visok 2.523m, a sa njega se može vidjeti Lovćen ili Maglić. Predjeli Durmitora predstavaljaju autentično i rijetko djelo prirode gdje mnogi naučnici i ljubitelji prirode sa pravom mogu uživati u njoj. Za mnoge posjetioce, izuzetno privlačna je i Titova pećina. Nalazi se u blizini Crnog jezera, a smatra se da je Josip Broz Tito u njoj donosio bitne odluke vezane za partizanske jedinice.

Najveće i najatraktivnije je već pomenuto Crno jezero na nadmorskoj visini od 1416 m. Njegova dubina doseže do skoro 50m a smješteno je u podnožju vrha Međed. Posebnu draž ekoturistima daje 18 ledničkih jezera, nazvanih gorske oči. „Nekoliko planinskih potoka se uliva u Crno jezero. Oni se pojavljuju samo u određenim periodima godine, kada se topi sneg sa Durmitora. Jedini potok koji ima ime jeste – Mlinski potok.“¹⁴

¹³ Eco Lodge koncept u Crnoj Gori, str. 42

¹⁴ <http://superavantura.com/nacionalni-park-durmitor-mesto-koje-morate-posetiti/>, 27.03.2019., u 17h



Slika 1. Durmitor

Izvor: <http://www.novosti.rs/vesti/turizam.90.html:543201-Durmitor-medju-10-najlepsih>

“Sva raskoš prirodnih ljepota, ambijentalnih i kulturnih vrijednosti Durmitora i Tare, preovladala je da se Nacionalni park Durmitor uvrsti u spisak Svjetske kulturne i prirodne baštine, odlukom Međunarodnog komiteta za Svjetsku kulturnu i prirodnu baštinu.

U Parizu 1980.godine, rijeka Tara i njena kanjonska dolina UNESCO-vim programom “Čovjek i biosfera” uvrštena je u svjetske ekološke rezerve biosfere”.¹⁵ U Nacionalnom parku Durmitor, brojne biljne i životinjske vrste pronašle su svoj dom. Bogat je četinarskim i listopadnim drvećem. Mnogi turisti svrstali su planinu Durmitor među najljepše nacionalne parkove u svijetu.

Nacionalni park Lovćen omogućava ekoturistima da dožive nezaboravnu i neponovljivu vizuelnu impresiju. Poznat po vidikovcima s kojih se pogled pruža na Bokokotorski zaliv, Skadarsko jezero i visokom gorju na sjeveru. Sudar dvije klime mediteranske i planinske omogućili su izuzetno bogat i raznovrsan životnjski i biljni svijet. Najveći vrh planine Lovćen je Štirovnik nadmorske visine 1.749 metara. Na Lovćenu je podignut i mauzolej crnogorskom vladaru, pjesniku i vladici Petru II Petroviću Njegošu.

“Većina sakralnih objekata i zanimljivog etnografskog materijala na Lovćenu koncentrisana je na području Ivanovih korita i sela Njeguši. Desetine seoskih crkvica,

¹⁵<https://sr.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%83%D1%80%D0%BC%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80>, 26.03.2019., u 18h

karakteristične tipske graditeljske forme, prepoznatljive po zvoniku na preslicu, upotpunuju lovćenske pejzaže”.¹⁶

“Stare kuće i seoska guvna su autentični, kao i kolibe u katunima – ljetnjim naseljima stočara, koja sva predstavljaju veoma zanimljive etnografske izvore. Tradicionalna okupljanja, narodne igre i folklorne priredbe , i nastupi se često održavaju u selima. Čuvena pjesma kaže Lovćen je naš sveti oltar, označavajući Lovćen istinskim simbolim Crne Gore koji održava nacionalni identitet”.¹⁷



Slika 2. Lovćen

Izvor: <https://www.google.com/search?q=lovcen&tbo>

Jedan od najmlađih u dinarkom predjelu jeste Nacionalni park Prokletije koji je proglašen nacionalnih parkom 2009.godine. Nalazi se na samoj granici sa Albanijom a prostire se na 16.630 ha. Prokletije imaju raznovrsnu floru i faunu, pa samim tim predstavljaju jedan od visokoplaninskih diverziteta Balkana. Prokletije su poznate i po lovnom području, pa se mogu sresti srne, divokoze, divlje svinje i ris. Bogat je rijekama, većim i manjim vodotocima, izvorima mineralne i pitke vode, bogatim šumama pa ekoturistima mogu pružiti potpun događaj i uživati u ovom “biseru prirode”.

¹⁶ <https://www.montenegro.travel/objekti/nacionalni-park-lovcen>, 26.03.2019., u 18h 10

¹⁷ <http://www.panacomp.net/nacionalni-park-lovcen/>, 27.03.2019., u 20h



Slika 3. Prokletije

Izvor: www.google.com

Najpoznatije u nizu ledničkih jezera je Biogradsko jezero. Poznat po arheološkim lokalitetima, narodnom graditeljstvu, sakralnim spomenicima, privlači veliki broj turista, naročito u ljetnjim mjesecima. Smješten je sa desne strane rijeke Tare a njegova nadmorska visina se kreće od 832 m do 2139 m.

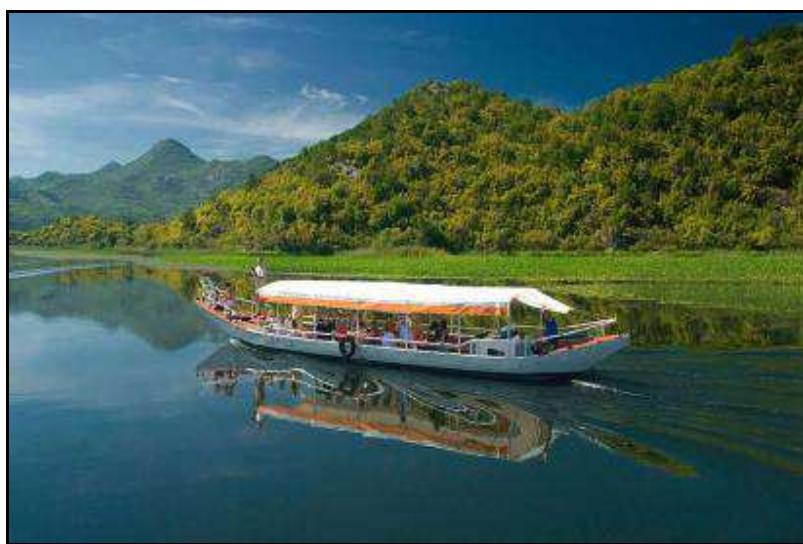
Nacionalni park Biogradska gora je bogat prirodnim ljepotama pa ekoturisti mogu da uživaju u šetnji oko Biogradskog jezera stazom koja je duga 3,5 kilometara a koja pruža veličanstveni pogled. Ekoturisti ukoliko žele da planinare i osjete čari Biogradske gore, mogu doći i do najviših odredišta i jezera a među njima su: Crna glava, Zekova glava, Troglava, Šiško, Pešića i Ursulovačko.



Slika 4. Biogradska gora

Izvor: www.google.com

Nacionalni park Skadarsko jezero odlikuje bogato kulturno – istorijsko nasleđe. Na Skadarskom jezeru nalazi se veliki broj crkava, manastira i srednjovjekovnih utvrđenja. Najstariji manastir je Starčevo koje je osnovao starac Makarije, po kojem je ostrvo kasnije dobilo ime Starčeva gorica. Skadarsko jezero ima i niz izvanrednih plaža u kojima turisti mogu uživati.



Slika 5. Skadarsko jezero

Izvor: <https://www.google.com/search?q=skadarsko+jezero>

Jedan od prioritetnih ciljeva u razvoju Crne Gore kao ekološke države jeste i razvoj organske poljoprivrede. Potražnja za organskom hranom utiče na povećanje njene

proizvodnje, a to dovodi do motivacije stanovništva da proizvodi takvu hranu. Kroz razvoj organske poljoprivrede, sa malim ulaganjima, mnoga sela u Crnoj Gori mogu plasirati različite proizvode kojih nema na tržištu.

U Crnoj Gori sve popularniji je i etno turizam. Boravak u prirodi je sve prisutniji i neophodniji savremenom čovjeku. Kako bi pobjegli od gradske vreve i buke, mnogi turisti dolaskom u Crnu Goru svoj mir mogu pronaći u različitim etno selima i zaseocima. Čist vazduh, kulturno – istorijski spomenici, netaknuta priroda, organska/zdrava hrana i razne aktivnosti privlače turiste sa različitih meridijana. Sve ovo postepeno dovodi do ekonomskog jačanja ruralnog stanovništva a samim tim dovodi do poboljšanja života, uslova rada i zadovoljstva ljudi životom na tom prostoru.

Turizam je veoma primamljiva i osjetljiva privredna grana. Turistički razvoj se mora sa posebnom pažnjom planirati jer umnogome zavisi od prirodne sredine, koja je krhka i osjetljiva i koja se mora zaštiti od štetnog uticaja. S obzirom da je ekoturizam profitabilan, prestižan i taj koji podiže imidž i ekonomiju turističke destinacije u međunarodnim okvirima, razvoj ekoturizma u Crnoj Gori je tek u povoju.

“Uništavanje i zagađivanje prirodne sredine ima sve teže ekonomske i druge posledice te je interesovanje za njenu zaštitu prevazišlo interes ljubitelja prirode i sve više zaokuplja pažnju čitavog društva. Jača uvjerenje da je zaštita prirode zaštita od čovjeka i njegovih djelatnosti.”¹⁸

Crna Gora kao atraktivna turistička destinacija, da bi privukla što veći broj posjetilaca mora zaštiti svoje resurse putem integracije sa lokalnim stanovništvom koje treba neprestano edukovati o značaju zaštite životne sredine. Zaštita prirodne i životne sredine je regulisana Ustavom koja je najveći pravni akt. Deklaracija Crne Gore poziva sve ljudе da se odgovorno ponašaju prema prirodi, da budu mudri i samim tim spriječe ekološke posledice.

Poseban režim pravne, fizičke i drugih vidova zaštite uživaju područja upisana u Listu svjetske prirodne baštine i to su: basen rijeke Tare upisan 1977.godine, Kotorsko – risanski zaliv, upisan 1979. Godine i nacionalni park Durmitor sa dijelom kanjona Tare,

¹⁸ Pasinović, M., Osnovi turizma, Univerzitet Crne Gore, Podgorica, 1998., str.128

upisan 1980.godine.¹⁹ Sva pomenuta prirodna dobra imaju posebnu vrijednost, a time mogu biti i motiv za turističku posjetu Crne Gore.



Slika 6. Skadarsko jezero

Izvor: <https://www.google.com/search?q=skadarsko+jezero>

” Ako se Crna Gora već deklasirala kao ekološka država, koja se obavezuje na promociji održivosti i istovremeno kod reklamiranja turizma postavila za glavni argument moto “Wild Beauty” i ako već želi da na taj način pridobije ciljnu grupu turista koji posebno vode računa o zaštiti životne sredine – onda ne smije da rizikuje da ih razočara. Rezultat bi bio destruktivni boomerang efekat.”²⁰

2.6. Sportsko – rekreativni turizam

Crna Gora poklanja veliku pažnju sportsko – rekreativnom turizmu. Sportsko – rekreativni turizam utiče na produžetak turističke sezone. Razvoj mnogobrojnih sportsko – rekreativnih aktivnosti spada u jednu od dodatnih potreba današnjih turista. Brojne mogućnosti za različite sportsko – rekreativne aktivnosti daju more i jezero, kao što su: vožnja kajaka, veslanje, rafting, skijanje na vodi, ribolov ronjenje itd.

¹⁹ Ibid., str. 131

²⁰ <http://www.bjelasica-komovi.me/wp-content/uploads/2015/01/Strategija-razvoja-turizma-Crne-Gore-do-2020.-godine-1.pdf>, 28.03.2019., u 21h

Za razvoj sportsko – rekreativnih aktivnosti prostorni resursi se dijele na: antropogene i prirodne resurse.

Tabela 2. Naziv tabele

Antropogeni resursi	Prirodni resursi
Stadioni	More (plivanje, jedrenje, ronjenje surf...)
Arene	Jezera (veslanje, plivanje...)
Sportsko – rekreativni centri	Rijeke (ribolov, rafting...)
Hipodromi	Planine (lov, paraglajding,biciklizam...)
Teniska igrališta, Poligoni za vježbanje	Šume
Trim staze	Stijene
Bazeni i dr.	Pećine (špilje...) ²¹

Izvor: Izvor tabele

Ovaj vid turizma utiče na život lokalnog stanovništva kao i cijele Crne Gore. Ovdje prije svega mislimo na razvoj saobraćajne infrastrukture, te sanaciju i rekonstrukciju postojećih puteva. Dakle, da bi navedene atrakcije bile dostupne nužno je na jednoj strani razviti saobraćajnu povezanost ovih lokaliteta, a potom i njihovo uklapanje u turističku ponudu. Neophodno je otvaranje hotelskih i ugostiteljskih kapaciteta, kako bi se pratili globalni trendovi razvoja ove selektivne turističke grane.

Grad Ulcinj sa Velikom plažom predstavlja razvojni potencijal crnogorskog turizma. Na Velikoj plaži svakog ljeta se organizuju razne sportsko – rekreativne aktivnosti, među kojima su: kitesurfinga, windsufinga, paraglajdinga i sl. Takođe, Bokokotorski zaliv

²¹ Rajak, B., **Sportsko – rekreativni sadržaj u razvoju turizma sa posebnim osvrtom za područje Crne Gore**, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2014., str.43

brojnim turistima omogućava sadržaje poput veslačkih sportova, planinskog i priobalnog biciklizma, ronjenja nautičkog jahting turizma. Na “pjeni od mora” ove aktivnosti nisu ograničene samo na ljetnju sezonu.

Što se tiče planinskih predjela, na Durmitoru, jedna od najatraktivnijih sportsko – rekreativnih aktivnost je splavarenje (rafting) Tarom, Jeep safari (Džip ture dugačke oko 8 km) obilazak ili pješačenje obodom Crnog jezera a tu postoje tri staze koje vode do Barnog, Zminjeg i Vražnjeg jezera što turisti daje mogućnost planinarenja sa vodičem ili bez njega.

Za dovoljno hrabre, još jedna sportsko – rekreativna aktivnost je i zip lajn na Đurđevića mostu. Pravi ljubitelji adrenalina mogu uživati u prelijepom pogledom na kanjon Tare. Osim skijaliških staza Savin kuk, Javorovača, Bosača, koje u svojoj ponudi imaju staze svih nivoa, postoji i pregršt pećina (Lipska pećina) i jama koje su privlačne za ljubitelje speleologije.

Lipska pećina nudi turistima raznolikost kraških obilježja pa je i s pravom prava atrakcija za turiste. Ostavlja neponovljiv utisak na posjetioce, a njen značaj prepoznala je Nacionalna turistička organizacija koja je proglašila za najbolju atrakciju u 2015.godini. Istoričarka umjetnosti i modna dizajnerka Anastazija Miranović je odlučila da svoju novu kolekciju predstavi u Lipskoj pećini, koja je svojevrsna prirodna baština Crne Gore.



Slika 7. Lipska pećina

Izvor:

https://www.google.com/search?q=lipska+pecina&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjElqj3yaXhAhVklIsKHXqdBusQ_AUIDigB&biw=1242&bih=553#imgrc=VJfc-Q30xedBfM:

Osim Durmitora (Prokletije, Bjelasica, Komovi i Lovćen) su prepoznatljivo područje za mnoge alpiniste iz inostranstva i svijeta koje su povoljne za razvoj ekstremnih sportova. Prostor Komova i Bjelasice je i te kako značajan za razvoj ekološko – avanturističkih parkova, golf terena i planinskih centara.

Ove planine poznate su kao i zabranjene bez vodiča jer broje dosta opasnih mjesa. Potpuni doživljaj njihovog obilaska je biciklističkim i pješačkim turama.

2.7. Zdravstveni turizam

Jedan od najbržih segmenata turističke ponude Crne Gore je zdravstveni turizam. Dobra veza između sektora zdravstva i sektora turizma dovodi do unapređenja cjelokupne turističke sezone. Svojom geografskom pozicijom, kulturnom baštinom, raznovrsnom

ponudom u segmentima prevencije, rehabilitacije i sl. Crna Gora je već prepoznatljiva destinacija zdravstvenog turizma.

Zdravstveni turizam je postao glavni motiv putovanja za brojne turiste, s obzirom da sama prirodna sredina umanjuje stres i pomaže u opuštanju čovjeka. Iako u našoj zemlji postoje povoljni prirodni resursi za sve vrste zdravstvenog turizma, nije ni približno iskorišćen. Jedan je od najstarijih oblika, jer predstavlja primjenu ljekovitih svojstava prirode.

Primorje naše zemlje odlikuje i postojanje ljekovite gline koja se od davnina koristi u medicinske svrhe. Na našoj obali postoje njena nalazišta koja se mogu valorizovati kao turistička ponuda.

Jedan od najpoznatijih međunarodnih centara za rehabilitaciju odraslih i djece je Institut "Dr Simo Milošević" u Igalu. Svoju reputaciju postigao je zahvaljujući uspješnom tretiranju svoje klijentele, koji su imali zdravstvene probleme iz oblasti reumatoloških, kardioloških, pulmoloških, neuroloških i ortopedskih bolesti. Rehabilitaciono – zdravstveni centar Igalo nudi programe za prevenciju i rehabilitaciju zdravlja kao i brojne rekreativne i wellness sadržaje. Ovi sadržaji su posvećeni korekciji loših navika i promociji zdravog načina života.

Svi oni koji dođu u Banju uživaju u benefitima aroma - terapija, masažama i raznim tretmanima koji se u svojoj osnovi oslanjaju na moderne principe medicine, što u izrazitoj mjeri utiče na priliv velikog broja stranih turista u našu zemlju. Banja je afirmisala razvoj komplementarnih turističkih sadržaja a samim tim i dovela do upošljavanja velikog broja lokalnog stanovništva.

Turisti svoje slobodno vrijeme ispunjavaju tako što obilaze razne kulturno – istorijske spomenike, kulturne manifestacije, posjećuju izložbe i galerije u Herceg Novom i Boki. Sve to otvara mogućnost razvoja turističkih destinacija koje su u korelaciji sa zdravstvenim turizmom.

Najčešće se pod zdravstvenim turizmom podrazumijevaju:²²

- Aktivnosti na suncu i zabava;
- Uključivanje u zdrave aktivnosti, ali zdravlje nije glavni motiv (biciklizam, pješačenje, golf);
- Osnovni motiv putovanja je zdravlje (kružno putovanje brodom ili promjena klime);
- Putovanje zbog sauna, masaža i drugih zdravstvenih aktivnosti (u banje)
- Zdravstveni tretmani.

U Crnoj Gori treba pomenuti i žensku plažu u Ulcinju koja ima čudotvorna ljekovita svojstva. Tvrdi se da sumporna voda koja izvire pored samog mora blagotvorno utiče na nerotkinje. Ženska plaža, osim ginekoloških oboljenja, ima ljekovita dejstva i za bolesti probavnog takta i disajnih organa.



Slika 8. Ženska plaža

Izvor: <https://www.google.com/search?q=zenska+plaza+ulcinj&tbo=isch&tbs=rimg:Cchp7di7>

Mineralno blato je po svojim ljekovitim svojstvima jedno od najkvalitetnijih na Jadranu. Budući da Ulcinj ima nezagadenu okolinu, još jedan ljekoviti faktor je pijesak na plažama, koji je izuzetno čist jer sadrži blagu radioaktivnost što ga čini pogodnim za

²² Plavša, J., Ćetković, V., Ivanović, N., **Priručnik za tematski turizam sa primjerima dobre prakse**, Turistička organizacija opštine Bar, Bar, 2014., str.31

primjenu u medicinske svrhe, kao što je liječenje diskopatije, kičme i dr. Takođe, kupanje u morskoj vodi je naročito važno za liječenje reumatizma i oboljenje organa za kretanje.



Slika 9. Velika plaža Ulcinj

Izvor: Waytomonte.com

Padine Rumije i Sutormana, ali i planine na sjeveru Crne Gore, bogate su ljekovitim biljem: žalfija, majčina dušica, kantarion, hajdučka trava i dr. Međutim, iako postoji tendencija rasta interesovanja, ovi prirodni resursi nijesu kako treba iskorišćeni u Crnoj Gori.

Akcenat je potrebno staviti na poboljšanje infrastrukture, modernizovanje usluga, renoviranje smještajnih kapaciteta kako bi ona bila u skladu sa zahtjevima turista u oblasti zdravstvenog turizma. Time će Crna Gora kao zanimljiva i atraktivna turistička destinacija, postati privlačna za nove turiste, svih oblika turizma, pa čak i zdravstvenog turizma.



Slika 10. Trava sa Rumije

Izvor: <https://www.google.com/search?q=trava+sa+rumije>

2.8. Nautički turizam

Kada se govori o turizmu, a naročito o nautičkom turizmu potrebno ga je prvo definisati. Ne postoji sveobuhvatna i konačna definicija, pa ga mnogi autori različito definišu. Uopšteno govoreći, nautički turizam je vid turizma koji se odvija na vodi ili uz vodu. Ime je nastalo od grčke riječi *naus* (lat.*navis*) koja znači brod. U širem smislu njeno značenje se veže uz pomorstvo, plovidbu, brodarenje i slično.²³

Zakon o turizmu kaže:” Nautički turizam je plovidba i boravak turista – nautičara na plovnim objektima (jahta, brod i sl.), kao i boravak u lukama nautičkog turizma – marinama radi odmora i rekreacije.²⁴

Nautički turizam podrazumijeva specifične usluge koje se turistima pružaju u lukama na samim plovilima. Podrazumijeva plovidbu na vodama – jezerima, morima, rijekama a

²³ Dulčić, A., **Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma**, Ekocom, Split, 2002., str.38

²⁴ Zakon o turizmu, „Sl. List Crne Gore“, br.61, 2010., str.14

obuhvata i boravak u lukama, marinama. Turističke usluge u lukama nautičkog turizma – marinama su:²⁵

1. Iznajmljivanje veza u lukama nautičkog turizma za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima;
2. Iznajmljivanje plovnih objekata sa posadom ili bez posade, sa pružanjem ili bez pružanja usluge smještaja, radi odmora, rekreacije I krstarenja turista nautičara;
3. Prihvatanje i čuvanje plovnih objekata na vezu u moru I suvom vezu;
4. Usluge snadbijevanja nautičara (vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim djelovima, opremom i sl,);
5. Usluge upravljanja plovnim objektima turista nautičara;
6. Uređenje (opremanje) i priprema plovnih objekata;
7. Davanje različitih informacija turistima nautičarima (vremenska prognoza, nautički vodiči i sl.);
8. I druge usluge za potrebe nautičkog turizma u skladu sa zakonom.

Iako su marine i luke neophodne za razvoj nautičkog turizma, same nisu dovoljne za njegovo odvijanje. Turista ovog tipa je visoke platežne moći pa očekuje u ponuđenim destinacijama raznovrsne sadržaje radi ispunjavanja svog slobodnog vremena.

Iako Luka Kotor bilježi brojnu posjećenost turista, jer je poznata kao mjesto gdje dolaze najveći svjetski kruzeri, očekuje se da će i Luka Bar biti dobro pozicionirana kao kruzing destinacija. Time će se valorizovati prirodni i kulturno – istorijski potencijali kojima obiluje ovo područje. Treba imati u vidu da nautički turizam obuhvata i luke kao mjesta za prihvatanje, dolazak i vez kruzera, ali i marine koje opslužuju megajahte i jahte.

Osim ekskluzivne marine Porto Montenegro za superjahte, u izgradnji su i nove marine na Luštici i u Herceg Novom. U Herceg Novom se gradi marina sa 220 vezova za jahte i

²⁵ Ibid., str. 38

superjahte a sve u okviru projekta Portonovi, dok je na Luštici, u okviru projekta Luštica Bay predviđena izgradnja dvije marine.



Slika 11. Porto Montenegro

Izvor: www.google.com



Slika 12. Luštica Bay

Izvor: <https://www.google.com/search?q=lustica+bay+montenegro>

Zahvaljujući Portu Montenegruru nautički turizam je doživio procvat u Crnoj Gori. Bokokotorski zaliv i savremena infrastruktura u Porto Montenegruru omogućava da i u zimskom periodu veliki broj jahti boravi u njoj. Pošto su to uglavnom turisti visoke platižne moći za njih su izgrađeni luksuzni hoteli, butici sa brendiranom robom i svi ostali sadržaji koji treba da zadovolje potrebe turista tog ranga.

Zahvaljujući svemu tome Tivat je izmijenio svoj izgled i postao gradić koji je već prepoznat na turističkim mapama svijeta. U njega danas dolaze i najpoznatije svjetske ličnosti iz svjetskog džet seta. Sve je to omogućilo da se zaposli veliki broj lokalnog stanovništva, da se prilivaju značajna sredstva u budžet Tivta, a sve to povoljno utiče na ekonomski rast naše zemlje.

Kruzing turizam postaje sve prisutniji i u Barskoj marini. Ona nije u mogućnosti da primi velike kruzere kao Luka Kotor ali postepeno prilagođava svoje kapacitete i omogućava ulazak kruzera srednje veličine. Zahvaljujući agenciji "Allegro" već treću godinu kruzeri dovode turiste na barsku obalu, što predstavlja poseban doživljaj kako za strane turiste tako i za domaće stanovništvo.

Obilje ranolikosti na malom prostoru, omogućava turistima različite sadržaje. Obilazak Starog grada, Dvorca kralja Nikole, tvrđave Haj Nehaj, Nacionalnog parka Skadarsko jezero, obilazak ostrva Lesendro, Stare masline i brojni drugi sadržaji ostavljaju poseban utisak na turiste koji borave u našoj zemlji. Porastom broja turista raste i potražnja za lokalnim proizvodima koja doprinosi povećanju prihoda za mjesno stanovništvo na osnovu vlastitih proizvoda i usluga.

Luka Kotor posjeduje lučki i marinski dio pa je kruzing turizam najviše izražen u Kotoru. Luka Kotor ima mogućnost da primi megakruzere. Grad Kotor je pod zaštitom UNESCO-a i već je prepoznat na turističkim mapama svijeta. Svake godine povećava se broj turista koji iz ovih razloga posjećuju našu zemlju, pa i Kotor.

Srednjovjekovne građevine, prelijepi trgovci, crkve i palate je ono što mu daje posebnu draž. Grad Kotor su mnogi turisti širom svijeta uvrstili u evropsku i svjetsku kruzing kartu, a od strane zahtjevnih posjetilaca na skali od jedan do pet, dali ocjenu 4,3. Da bi se

povećao promet putnika i kruzera u našim lukama, potrebna je dodatna promocija naše destinacije kako bi bila prepoznatljiva kao jedna od najatraktivnijih za ovaj vid turizma.

Takođe, potrebno je unapređenje izletničkih programa, unapređenje ponuda putem informacionih tehnologija, porast nivoa kvaliteta turističke usluge kako bi se prilagodile putnicima koji dolaze kruzerima. Ovaj vid turizma omogućava stranim turistima mogućnost rekreacije u toku putovanja ili boravka u luci. Rekreacije mogu biti sledeće: kupanje, jedrenje, surfing i dr.



Slika 7: Luka Kotor

Izvor: <https://www.google.com/search?q=luka+kotor>

2.8. Avanturistički turizam

Avanturistički turizam obuhvata različite aktivnosti a to su: alpinizam, spuštanje niz kanjone, planinarenje, planinski biciklizam, skijanje, slobodno skijanje, kampovanje, splavarenje, jedrenje, ronjenje, bandži skokovi, nautička putovanja i mnoge druge aktivnosti.

Pojmovi koji se koriste kako bi opisali avanturistički turizam su sledeći: adrenalin, opasnost, strah, izazov, osvajanje do sada neosvojenog, rizik, nesvakidašnji događaj nevjerojatno iskustvo i slično.

Avanturistički turizam sadrži dvije važne komponente:²⁶

1. Fizičku aktivnost koja je bliža radu nego odmoru, pa može doprinijeti oslobađanju od stresa, gubljenju suvišnih kilograma I drugo, odnosno spade u korisne aktivnosti;
2. Poslovno – turističku inicijativu u kojoj dominiraju veći turooperatori koji imaju različite programe.

Turističke agencije u Crnoj Gori nude različite avanturističke aktivnosti a pored postojećih mogu se očekivati i nove aktivnosti sa više adrenalina. Turistima se u Crnoj Gori nudi doživljaj kanjona Morače, kanjona Nevidio koji se smatra glavnom turističkom atrakcijom. Za ova turistička putovanja angažovani su stručnjaci – instruktori i vodiči koji dobro poznaju prostor predviđen za avanturističke atrakcije naše zemlje. Oni podučavaju ponaosob svakog turistu radi njihove bezbjednosti i sigurnosti, jer ovaj sport sobom nosi velike rizike pa čak i opasnosti po život.



Slika 13. Kanjon Nevidio

Izvor: <https://www.google.com/search?q=kanjon+nevidio&tbo>

Pored toga, sve je više i ekstremnih sportova kao što su vožnja balonom na topli vazduh, paraglajding, penjenje uz stijene, slobodno jahanje itd. Rafting i kajak su sve atraktivniji

²⁶ Ibid., str. 41

jer omogućavaju osjećaj svježine, zdravlja i razgledanja autentične ljepote Crne Gore. Pravu avanturističku komponentu ima rafting Tarom.

Otkrivajući prirodne ljepote Crne Gore od kojih “zastaje dah” turisti mogu uživati i unaprijediti svoje zdravlje i okrijepiti svoj duh. Nailaze na gostoprимstvo lokalnog stanovništva, koje gostu može pružiti mogućnost upoznavanja naše tradicije, istorije i kulture i sam boravak učiniti prijatnjim. Pored bogate prirodne osnove došlo je i do unapređenja saobraćajne i željezničke infrastrukture.

Gradi se auto put Bar – Boljare, modernizuju se aerodromi, magistralni putevi, neki regionalni i seoski putevi su već u funkciji, dok je gradnja drugih u procesu. Urađeno i na hiljade kilometara planinskih staza, zaklona, vidikovaca; poseban akcenat se stavlja i na razvoj smještajnih kapaciteta koji uključuje porodične motele, hotele, apartmane, etno sela, eko katune a sve za potrebe avanturističkog turiste.

2.9.Kulturni turizam

Kulturna baština doprinosi turističkoj atraktivnosti i često je razlog putovanja na željenu destinaciju. Kulturni turizam definisao je Greg Ričards kao kretanje ljudi koje je izazvano kulturnim atrakcijama izvan stalnog mesta življenja, a a sve sa namjerom prikupljanja informacija i što više iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.

Može se govoriti o različitom stepenu motivacije za kulturno putovanje i različito klasifikovati kulturni turizam:²⁷

- Primarni – turista putuje isključivo zbog kulturnog doživljaja (svjetske izložbe, muzički festivali, koncerti, pozorišne predstave i sl.);
- Usputni – turista putuje zbog drugog primarnog motiva, a kulturni doživljaj je sekundaran;

²⁷ Ibid., str.48

- Slučajna – turista nema namjeru da putuje zbog upoznavanja kulturnih sadržaja, ali tokom svog boravka na destinaciji slučajno dolazi u kontakt sa lokalnom kulturom i stanovništvom i ne želeći upoznaje njihov način života i kulturu.

Kulturni turizam ima svoje prepoznatljivo mjesto u turističkoj ponudi Crne Gore. Bogata kulturna zaostavština privlači turiste. “Zahvaljujući tome, na području Crne Gore postoji veliki broj nepokretnih kulturnih dobara: kulturno – istorijskih cjelina, kulturno – istorijskih objekata i lokaliteta, pokretnih kulturnih dobara i nematerijlanih baština koji, kvalitetno valorizovani i prezentovani predstavljaju ključnu komponentu razvoja kulturnog turizma.”²⁸

Crna Gora ima značajne materijalne i nematerijalne resurse koje privlače turiste kojima je kulturni doživljaj bitan tj. primaran, ali i one kojima je to slučajni ili usputni doživljaj. Takođe, osmišljene manifestacije osim turista privlače i lokalno stanovništvo, pa se među njima stvara osjećaj ponosa i identiteta.

Mnoge manifestacije se tokom ljeta održavaju na otvorenom prostoru, pa samim tim doprinose atraktivnosti destinacije i produženju turističke sezone. Raznolike se i mogu se povezati sa različitim sadržajima od istorijskih do umjetničkih, zabavnih, sportsko – rekreativnih i drugih.

Crna Gora mnogo ulaže u kulturni turizam, naročito tokom ljeta. Brojne manifestacije obogaćuju kulturnu ponudu kao što su: Barski ljetopis, Kotorski karneval, Budva grad teatar, Praznik mimoze u Heceg Novom, Bokeljška noć i mnoge druge.

Opština Bar organizuje brojne manifestacije koje već imaju tradicionalni karakter. Osim u ljetnjim mjesecima ima i onih koji se odvijaju i u zimskom dijelu godine. U novembru se organizuje Maslinijada i Koštanijada dok je decembru mjesecu, Festival vina i ukljeve. Manifestacije prati i ponuda izloženih autentičnih suvenira i proizvoda kućne radinosti.

²⁸<https://www.google.com/search?q=kulturni+turizam+u+crnoj+gori&oq=kulturni+turiza&aqs=chrome.2.0j69i57j0l4.5028j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>, 02.04.2019., u 14h



Slika 14. Kotorski karneval

Izvor: <https://www.google.com/search?q=kotorski+karneval+w=1242&bih=553#imgrc=gjpHkC>



Slika 15. Praznik mimoze Herceg Novi

Izvor:

<https://www.google.com/search?q=praznik+mimoze+2019&source=lnms&tbo=isch&s>

Crna Gora u ljetnjim mjesecima postaje jedna velika kulturna pozornica a ove manifestacije obogaćuju turističku ponudu i privlače veliki broj turista različitih starosnih dobi. Da bi zaokupile pažnju posjetilaca i odvijale se sa uspjehom, organizatori moraju stalno raditi na obogaćivanju ponude, sadržaja i propratnih aktivnosti.

Prouzrokovana potrebom da se upozna kulturno – istorijsko nasleđe određene destinacije, jesu turistička kretanja. One dobijaju na značaju zbog toga što nose obilježja jedinstvenosti, unikatnosti, rijetkosti i neponovljivosti.

Svi kulturno – istorijski spomenici moraju biti zaštićeni. Redovno se moraju održavati, restaurirati pri čemu se mora imati na umu da njihovo prisustvo doprinosi povećanom zadovoljstvu turista.

Koliko su kulturne atrakcije privlačne za stanovništvo, toliko su i za strane turiste. Posebno atraktivni lokaliteti u Crnoj Gori su: Gospa od Škrpjela, Katedrala Svetog Tripuna u Kotoru, Kotorski bedemi, Stari grad Bar, Stara masilna i mnogi drugi na turiste ostavljaju neponovljiv doživljaj.

Jedna od najbitnijih kulturno – istorijskih spomenika je ostrvo Gospa od Škpjela koje se nalazi u samom srcu Bokokotorskog zaliva. Izgrađena je 1630.godine od strane Venecijanaca. Legenda kaže da su braća Mortićić, dva peraška ribara, vraćajući se iz ribolova vidjeli svjetlost a kada su se približili vidjeli su ikonu Majke Božje na tom grebenu nadomak Perasta. Braća su je odnjela u crkvu a ona je iste noći i nestala, dok je sledećeg dana nađena na grebenu odakle su je uzeli.

To je bio znak sa neba, pa su se Perašani zavjetovali da će Bogorodici u čast na tom mjestu sagraditi crkvu. Osim zavjetnih pločica, ostrvo krije tužnu priču o djevojci koja je svog voljenog čekala punih dvadeset pet godina. Svo to vrijeme čekajući ga, radila je goblen koji se i dan danas čuva i predstavlja posebnu atrakciju za turiste jer je jedan njegov dio rađen od kose nesrećne djevojke.



Slika 16. Gospa od Škrpjela

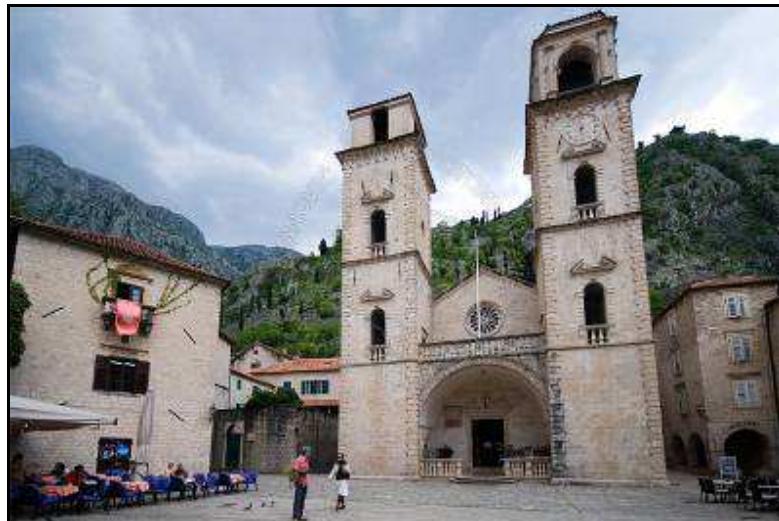
Izvor:

https://www.google.com/search?q=gospa+od+%C5%A1krpjela&source=lnms&tbs=isch&sa=X&ved=0ahUKEwizrMqj67HhAhXBAGMBHekIAU4Q_AUIDigB&biw=1242&bih=597#imgrc=JRBZRAbCLQ1WmM:

Jedan od simbola grada Kotora je Katedrala Svetog Tripuna. Izgrađena je u romaničkom stilu a igradēna je 809. Godine. Iako je oštećena prirodnim katastrofama (zemljotresima) ona je idalje je impresivna i veličanstvena. Najvažnija vrijednost katedrale su relikvije Svetog Trifuna koje se nalaze u kapeli. U unutrašnjosti hrama je šator sa zapanjujućom nadstrešnicom, što predstavlja remek – djelo gotičke umjetnosti.

“Četiti kolone crvenog mermera iz Kamenai, malog grada pored Kotora, podržavaju osmougaonu troslojnu strukturu na kojoj se nalazi slika anđela. Na svakom od tri nivoa, kameni rezbariji prikazuju scene iz života Svetog Trifuna.”²⁹ Katedrala se nalazi u Starom gradu u Kotoru i smatra se dijelom Svjetske baštine.

²⁹ <https://waytomonte.com/rs/p-991-cathedral-of-saint-tryphon>, 02.04.2019., u 19h 27



Slika 17. Katedrala Svetog Tripuna

Izvor:

https://www.google.com/search?q=KATEDRALA+SVETOG+TRIPUNA&source=lnms&tbs=isch&sa=X&ved=0ahUKEwji36qP-LHhAhWkAGMBHRFsB_YQ_AUIDigB&biw=1242&bih=553#imgrc=n8gpLXomovlvOM:

Oko Starog grada Kotora, neizostavan dio za turiste jesu Kotorski bedemi. Srednjovjekovne stepenice se izdižu iznad grada, a bedemi su podignuti od IX do XIX vijeka. Glavni zidovi su svoju veličanstvenu formu dobili u XIII – XIV vijeku, još dok je Kotor bio pod vladavinom Mletačke republike. Prvi koji su podigli zidove tvrđave na brdu iznad grada su Iliri, pa je tako i nastala “Ilirska tvrđava”. Ona predstavalja izuzetnu atrakciju za mnoge turiste koji dođu u Kotoru.



Slika 18. Kotorski bedemi

Izvor: <https://blog.montenegro.com/kotorski-bedemi/>

Zaštićeno zakonom i proglašeno za spomenikom prirode jeste Stara maslina koja se nalazi u Baru. Njena starost se procjenje na više od 2000 godina. Dva puta je stradala u požaru ali i dalje rađa. Vjeruje se da su se u prošlosti ispod ovog stabla mirile zavađene porodice. Stari Barani kažu da su mnogi dolazili ispod ovog stabla kako bi se molili za ljubav da im duže traje, nesrećni da budu srećni a bolesni da se izliječe. Iz godine u godinu Staru maslinu posjećuje sve veći broj turista širom svijeta kako bi vidjeli najstarije stablo u Evropi.



Slika 19. Stara maslina

Izvor:

https://www.google.com/search?q=stara+maslina+bar&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=kOxrIK8VyA33M%253A%252C6ii1IN5_dR71aM%252C_&vet=1&usg=AI4_-kRAr_f-

[f8aLBgO8GazuidsBf2G3pw&sa=X&ved=2ahUKEwiz4OnbgLLhAhVLtIsKHcwVD-cQ9QEwBHoECAkOCg#imgdii=6nXm6-fLWVCzBM:&imgrc=kOxzrIK8VyA33M:&vet=1](#)

Kultura, tradicija i običaji su osnovna obilježja jednog naroda, odlike po koji se prepoznaje i koje ga čine različitim od drugih. Oni su sublimacija prohujalih vremena, dio njegovog identiteta, nedovoljno tkivo njegovog postojanja i trajanja. Zato se svaki narod razlikuje po svojoj kulturi, po sistemu vrijednosti i mentalitetu, koji su vjekovima taloženi kao produkt istorije, životnih okolnosti koje su kod svakog naroda drugačije, pa su na različitim meridijanima drugačije i oblikovali ljudsku misao.

Crna Gora ima dugu, bogatu i burnu istoriju produkovanu trajanjem na uvijek nestabilnom balkanskom prostoru, sudeći prema dostupnim istorijskim zapisima i kulturno istorijskim spomenicima. Njenim tlom prolazili su brojni osvajači, moćne imperije i vladari koji su ubirali njen dobra, koristili prirodna bogatstva, ali i osvajali tragove svog boravka, u želji da nametnu svoju kulturu, a samim tim i dugovječnost vladavine. Miješale su se kulture, navike, mijenjao se način života kako osvajača tako i domaćeg stanovništva.

Danas skoro da nema mjesta u našoj zemlji u kojoj taj uticaj nije prepoznatljiv. Na Primorju dominantan je uticaj Mletačke države koja je ostavila velelepne građevine neprocjenljive ljepote i vrijednosti. Sa sigurnošću možemo reći da je blizina mora, autentičnost prirodnog kolorita i veličanstvene palate, katedrale,dvorci, obilje ljepote na malom prostoru, uslovila poseban mentalitet primoraca: nesvadljivost, blaga I prijatna narav, druželjubivost.

U dijelovima naše zemlje koji su bili pod turskom vlašću, vidan je trag dugovjekovnog njihovog prisustva i u sakralnim, vjerskim objektima, jeziku i običajima ljudi. To su zatvoreniye sredine, koje više odlikuje tradicionalan način života, sporo prihvatanje promjena.

Savremenom turisti pruža se mogućnost da obide najpoznatije kulturno – umjetničke znamenitosti naše zemlje, da se upozna sa načinom života ljudi našeg podneblja, da prisusvuje brojnim manifestacijama koje su organizovane u njegovu čast, što sve ima obostrani značaj i uticaj.

2.10. Vjerski turizam

Vjerski ili religiozni pripada kulturnom turizmu. Ova forma turističkih kretanja, doživljava ekspanziju u svjetskim razmjerama. Javlja se dilema ko se smatra religijskim turistom? Da li vjernici koji dolaze u neke vjerske lokacije, objekte i učestvuju u vjerskim obredima ili posjetioci koji ih turistički obilaze i dive se njihovim vjerskim objektima. Međutim, bez obzira na dileme, sve posjetioce vjerskih kompleksa i objekata posmatraju se kao pravi turisti.

Religijski objekti zbog svoje umjetničke, relikvijske i arhitektonsko – graditeljske vrijednosti, mogu biti jako privlačne za turiste. Religijski turizam poprima oblike masovnog karaktera, zahvaljujući sve većem broju vjernika, kulturnih mesta tehnologija prevoza i tehnika.

Vjerski ili religiozni turizam bi se mogao definisati kao “Humana promocija oblika solidarnosti i prijateljstva, susret naroda, njihovoh kultura i religija, učenja miru među ljudima, poštovanje prirode, i valorizaciju prirodnog i kulturnog nasljeda”³⁰

“Kada su u pitanju vjerski objekti (svetilišta), izdvaja se više kategorija u koje se svrstavaju to su:

- Svetilišta posvećena svecima (nose ime po svecu ili čuvaju mošti sveca);
- Vjerski objekti izgrađeni posle spasenja od neke katastrofe (posvećeni u znak zahvalnosti);
- Svetilišta pobožnosti izgrađena dobrom voljom i donatorstvom pojedinih ljudi;
- Svetilišta čuda – na mjestima gdje se događaju čuda (Manastir Ostrog, Cetinjski manastir...);
- Svetilišta prenijetih relikvija i ikona – u novu crkvu prenijete su relikvije koje imaju čudotvorno dejstvo; osnovna svetilišta na mjestima gdje se dogodilo čudo;

³⁰ Pasinović, M., Religiozni turizam između socijalne i ekonomske kategorije „Turizam“, Zagreb, 1991., str. 82-83

➤ Svetilišta ukazanja – ukazanja Isusa Hrista, Bogorodice ili drugo.”³¹

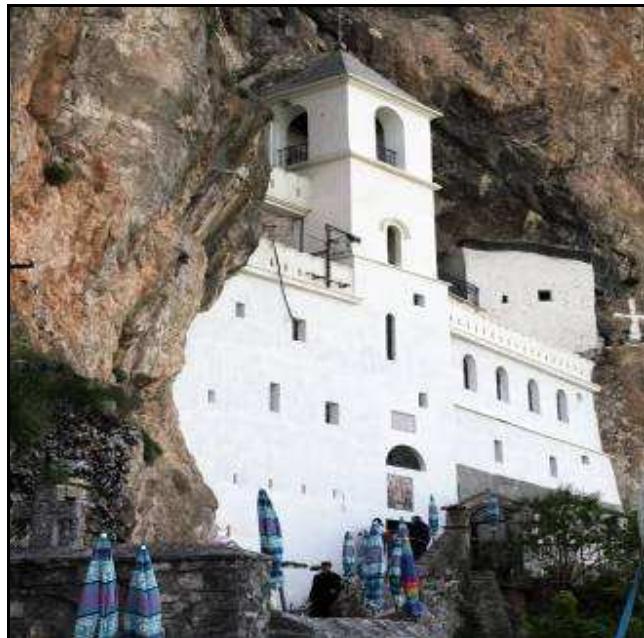
Crna Gora je sredina sa brojnim religijskim objektima (crkve, manastiri, džamije) raznolikih istorijskih, arhitektonskih i umjetničkih vrijednosti. Vjerski turizam u Crnoj Gori nema adekvatnu zastupljenost u ponudi nacionalnih turističkih organizacija. Sve je više prepušten taksi prevoznicima i turističkim agencijama, koji o tome upoznaju turiste kada doputuju u Crnu Goru.

Kako domaće stanovništvo tako i strani turisti impresionirani su crnogorskim sakralnim građevinama. Njihove relikvije privlače veliki broj vjernika sa svih meridijana. Među njima jedan od najposjećenijih svetilišta je manastir Ostrog. Manastir Ostrog šalje poruku mira i ljubavi prema nebu i zemlji, a smješten je u stijanama ostroških greda. Sastoji se od dvije crkvice pećinskog tipa koje predstavljaju spomeničku vrijednost duhovne kulture.

“ Ostrog je odigrao u istoriji i značajnu ulogu u čuvanju vjere i nacionalne misli, naročito u toku ropstva pod Turcima. Sam svetitelj je ostavio u nasleđe takvu tradiciju. On je u Ostrogu dočekivao i primao četovode. U manastiru se čuvala sve do 1853. godine i jedna puška, takozvana "šiba" Baja Pivljanina. Tu tradiciju su nastavili i kasniji nastojatelji i monasi iz Ostroga, a u prvoj polovini 19. vijeka manastir je bio centar pokreta i borbe protiv Turaka.”³²

³¹ Plaviša, J., Vitić, A., Ivanović, N., *op.cit.*, str. 50 - 51

³² <http://www.booking.me/vijerski-turizam-u-crnoj-gori.aspx>, 29.03.2019., u 21h



Slika 20. Manastir Ostrog

Izvor:

https://www.google.com/search?q=manastir+ostrog&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiz86qtkajhAhUs_SoKHf3kBBIQ_AUIDigB&biw=1242&bih=553#imgrc=kktsDhqWYV6EjM:

Brojni turisti obilaze i Cetinjski manastir koji se smatra centrom crnogorske kulture i obrazovanja tokom proteklih vjekova. Podigao je Ivan Crnojević na "Ćipuru" a sam manastir jedan je od najbogatijih riznica hrišćanskog svijeta. U manastiru se čuvaju ruka svetog Jovana Krstitelja, Mošti svetog Petra Cetinskog, čestica Časnog krsta Gospodnjeg i dio moštiju svetog Teodora Stratilana.

Služio je i kao mauzolej dinastiji Petrovića pa turisti mogu vidjeti vrijedne predmete iz srednjovjekovne prošlosti. U riznici se nalazi zbirka ikona i srednjovjekovnih rukopisa nastalih na hartiji. Mogu se naći i razne knjige, a među njima je kulturno – istorijsko patriotsko djelo "Oktoih".



Slika 21. Cetinjski manastir

Izvor:

https://www.google.com/search?q=cetinjski+manastir&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUKEwib1LqAlajhAhVKIIsKHeISCMQ_AUIDigB&biw=1242&bih=553#imgrc=cUY1fLisaPKVZM:

Pored manastrira Ostrog i Cetinjskog manastira jedan od najčuvenijih kulturno – istorijskih spomenika jeste Manastri Morača. Ukrašen je umjetničkim rezbarijama I freskama. Vjekovima je bio kulturni i oslobođilački centar za mnoge posjetioce. Manastir Đurđevi stupovi uvršten je u Svjetsku kulturnu baštinu.

“ Vrijednost crkve Svetog Đordja je u ljepoti arhitektonskog rješenja, koje je u stilu raške škole. Crkva je oslikana 1175. godine. Zidne površine bile su oslikane figurama proroka Ilike, Jeliseja, dok su iznad proroka bili Sveti Azarije i Ananija. Građena je u tri vremenska perioda. Izgradnja manastirskog konaka 20002. godine predstavlja ključni trenutak za obnovu manastira.”³³

³³ Ibidem.



Slika 22. Manastir Morača

Izvor:

https://www.google.com/search?q=manastir+moraca&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj488L2mKjhAhVFmYsKHWmzC20Q_AUIDigB&biw=1242&bih=553



Slika 23. Đurđevi stupovi

Izvor:https://www.google.com/search?q=djurdjevi+stupovi&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUK_EwiM0dKtmKjhAhVFxosKHc6ECqYQ_AUIDigB&biw=1242&bih=553#imgrc=CgQ5NP4Jm4FXuM

Savremeni turisti boraveći u Crnoj Gori posjećuju već pomenute hrišćanske relikvije koje se nalaze u zlatnim okvirima, ukrašene brilijantima, dijamantima, safirima i rubinima. Osim najznačajnih objekata pravoslavne vjeroispovjesti najveće rimokatoličke svetinje u Crnoj Gori su: Katedrala svetog Tripuna, Crkva svetog Nikole u Kotoru, Crkva Gospa od Škrpjela koja se nalazi u Bokokotorskom zalivu naspram Perasta. Dok su najznačajni

muslimanski vjerski objekti Husein – pašina džamija, Stara džamija u Plavu kao i Skender čauševa džamija.

2.3. Ekonomski učinak turizma

Turizam je potrebno shvatiti kao faktor ekonomskog razvoja čitave države. „Činjenica je da turizam kao privredni agregat (ili sistem) dijela ugostiteljstva, saobraćaja, agencijskog poslovanja, dijela trgovine na malo, zanatstva i komunalnih djelatnosti, ne može biti posmatran kao zasebna privredna cjelina, ali ipak je, izučavanjem njegove „anatomije” jasno uočljiv njegov prevashodno uslužni karakter rada”.³⁴

Turizam pruža mogućnost da se njegovi učesnici iz različitih djelatnosti uključe u makroekonomski sistem, koji čini:

- ***Turistička proizvodnja*** kao skup „konačnih” djelatnosti koje se mogu naći u privrednom sistemu, kao i spoznaje (iskustva) turističkog potrošačkog ponašanja;
- ***Turistički proizvod*** sastavljen od tržišnih usluga, za koje je cijena određena, i ne tržišnih usluga, u vidu fizičkih i kulturnih resursa;
- ***Novčana nadoknada*** za upotrebu lokalne atrakcije (fizičkih i kulturnih resursa).³⁵

Za razvoj nacionalne ekonomije, važna pretpostavka je veoma stabilan privredni rast i povećanje njegovih aggregativnih pokazatelja. Proces tranzicije je doveo Crnu Goru do različitih društveno – ekonomskih promjena koje su se odrazile na privredu. U cilju privrednog razvoja, zbog ukupnih političkih, drušvenih i ekonomskih prilika, dolazi do tehnoloških, upravljačkih, organizacionih i institucionalnih promjena privrede.

Strukturne promjene su tragale za modelom ekonomske politike koja bi građanima obezbijedila bolji životni standard i pokrenula ekonomski rast. U odnosu na zemlje tržišne ekonomije, Crna Gora je zbog svoje ekonomske nerazvijenosti, zaostajala u privrednom razvoju. Da bi se uspostavili tržišni principi, Crna Gora je svoj cilj gradila na temelju oživljavanja privrede zasnovane na tržišnim principima i privatnoj svojini. Država je omogućila da se preduzeća koja su u državnom vlasništvu, privatizuju, a njen cilj je bio postizanje efikasnosti kako socijalne tako i ekonomske stabilnosti.

³⁴ Uskoković, B., **Marketing – menadžment u turizmu Crne Gore**, Ekonomski fakultet-Institut za društveno-ekonomska istraživanja , Podgorica., 2000., str. 49

³⁵ Pasinović, M., **Menadžment prirodnih i kulturnih resursa**, Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu Bar, Bar, 2006., str.48

„Nizak nivo ekonomske nerazvijenosti, regionalne razlike i neujednačen razvoj, nizak nivo nezaposlenosti i životnog standarda, nužno je nametnuo ovaj složeni proces kojim su se stvarale prepostavke ulaska stranog kapitala u privredu Crne Gore, kako bi povećale mogućnost proizvodnje, stimulisale usluge i privreda uključila u tokove bržeg ekonomskog razvoja.“³⁶

Turizam i industrija kao najdominantnije grane prošle su kroz ovaj proces sa nekonkurentne na konkurentnu tržišnu orijentisanost i modele nekog novog ponašanja. Različiti politički, ekonomski, socio – kulturni faktori, uticali su na poslovanje hotelskih preduzeća i na stepen turističke ponude i tražnje.

To je, takođe dovelo do toga da se i brojna hotelska preduzeća, koja su bila u državnom vlasništvu, privatizuju i budu u privatnoj svojini. U cilju adekvatnih mjera ekonomske politike, po kojima se pokreće kompletna privreda, svaka država pa i Crna Gora, treba da sagleda svoje uslove razvoja privredne aktivnosti. Njenu komparativnu prednost odlikuju bogati prirodni resursi.

„Odlikuju je prirodna dobra u dijelu mineralnih sirovina za razvoj industrije i rudarstva, bogatstvo šuma kao važnih resursa za ekonomski razvoj, nacionalno i međunarodno zaštićena prirodna dobra, turistički resursi za razvoj različitih vidova turizma, energetski potencijali, poljoprivredni resursi kao osnova i komplementarna djelatnost turizmu i značajna kulturno – istorijska dobra.“³⁷

Prostorno i po broju stanovnika Crna Gora je mala teritorija. S obzirom da je bila dio federacije, mijenjali su se njeni uslovi u društvenom i ekonomskom smislu. Do 1991.godine strategija razvoja privrede odnosila se na oblast metalurgije i energetike koje je trebalo iskoristiti u sjevernom dijelu Crne Gore. Najveći stepen ulaganja koji je pritom bio podržan iz federalne kase se odnosio na industrijski razvoj.

Kada se raspala federacija, došlo je i do nestabilnosti ekonomskog stanja Crne Gore i do zatvaranja fabrika. Udio zaposlenosti u sektoru usluga se povećao, dok se udio smanjio u industrijskom sektoru. Od svih bivših članica federacije, jedino je sektor turizma u Crnoj Gori bio održiv, jer su turisti prepoznавали Crnu Goru kao jednu stabilnu i sigurnu turističku destinaciju.

„Makroekonomska politika je bila orijentisana na koncept modela privatizacije koji bi obezbijedio stabilnost i tržišno orijentisani ekonomiju. Proces tranzicije uslovio je da 2001.godine, usvoji Zakon o privatizaciji, kojim se prodaje 70% državnog kapitala

³⁶<https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2217-8821/2016/2217-88211609008A.pdf>, 19.05.2019., u 11h

³⁷Ibidem.

preduzeća. Do početka 2005.godine privatizovano je ukupno 1384 preduzeća u Crnoj Gori. ³⁸

„Crna Gora je u periodu nakon obnavljanja nezavisnosti, imala period snažnog ekonomskog rasta, koji je sada relativno ograničen, uslijed negativnog uticaja svjetske ekonomske i finansijske krize. Ekonomski i finansijski kriza otkrila je mnoštvo stukturnih ranjivosti crnogorske privrede, koje su bile u sjenci snažnog ekonomskog rasta u periodu od 2006. do 2008. godine. Karakteristično za period između 2009. i 2011. godine je pad stranih direktnih investicija, negativan saldo javnih finansija, te rast nezaposlenosti.”³⁹

Stepen BDP je u periodu od 2001. do 2007.godine povećan za 37% a najveći rast se vezuje za period od 2006 do 2007.godine kada je sama inflacija iznosila 8%. U ovom periodu došlo je do stabilizacije privrede i do privlačenja stranih investitora, dok je u 2008.godine, Crna Gora, imala brži rast u odnosu na zemlje regiona. Za razliku od sjevernog dijela Crne Gore koji je nedovoljno iskorisćen, primorski dio je dominantan u privrednoj aktivnosti.

Turizam kao privredna grana u Crnoj Gori, zavisi od društvenog i ekonomskog razvoja, koja sada generiše oko 20% BDP – a iz turističke industrije. „Analiza je pokazala pozitivan uticaj turizma na bruto domaći proizvod u Crnoj Gori, sa očekivanjem da će se isti povećati sa 730 miliona na 1.791,5 mil.eura do 2019.godine. Takođe, doprinos zaposlenja je znatna, te se očekuje da će ista stopa porasti do 2019.godine na 23%. Što se tiče, turističke ekonomije, očekuje se da će za period od 2009 – 2019. godine ostvariti prosječna godišnja stopa rasta od 6,2 %. “⁴⁰

Na sektor turizma se odrazila i globalna ekonomska kriza. U sprovođenju sistematskih mjera za rješavanje problema koji usporavaju razvoj i funkcionisanje čitavog privrednog sistema potrebana je aktivna uloga države. Da bi se uspostavila harmonizacija ponude i ravnoteža svih regija u Crnoj Gori, potrebno je upravljati turizmom na nivou pojedinačnih turističkih destinacija.

Sa ekonomskog aspekta, turizam je jedan od najvažnijih generatora jer zauzima posebno mjesto u podsticaju djelatnosti, građevinarstva, poljoprivrede i industrije, a sve ove grane su neophodne za razvoj turizma. Važna je primjena zakonskih okvira koja se ne smije posmatrati sa aspekta ekonomskog značaja turizma, već ju je potrebno sagledavati i sa socio – kulturnih aspekata, koji samim tim utiču na imidž turističke destinacije.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014 - 2020 .godine, Ministarstvo ekonomije, Podgorica, 2014., str. 10

⁴⁰ Ibidem.

Nacionalna strategija održivog razvoja Crne Gore navoda da „prepoznavanje komparativnih prednosti Crne Gore i građenje prepoznatljivog i kvalitetnog proizvoda te očuvanje specifičnih vrijednosti iz kojih takve vrijednosti proizilaze treba da budu polazni osnov za kreiranje ekonomskih politika. Jačanje konkurentnosti domaće ekonomije (uključujući restrukturiranje i privatizaciju), stimulisanje preduzetništva i privlačenje stranih direktnih investicija ostaju dominanatna ekomska pitanja”.⁴¹

„Pored toga, u proces kreiranja i sprovođenja ekonomskih politika je neophodno uključiti zahtjeve koji proizilaze iz principa održivog razvoja, a koji se tiču pravične raspodjele koristi od ekonomskog razvoja, značajnijeg učešća javnosti u donošenju razvojnih odluka, jačanja socijalnih i odgovornosti prema životnoj sredini kod ekonomskih subjekata i promociji i stvaranju ekonomije zasnovane na znanju.”⁴²

Sezonske oscilacije su te koje naglašavaju ekonomsku funkciju turizma. Međutim, potrebno je poštovanje socio – kulturnih, ekoloških, tehnoloških i drugih aspekata razvoja i planiranja turizma. U cilju primjene strategije razvoja i njegovog sistematskog pristupa, kreatori turističke ponude su glavni nosioci aktivnosti za usaglašavanje i valorizovanje ekološkog, kulturnog i društvenog značaja turizma. Država ima presudnu ulogu na jačanju, stimulaciji i podsticaju unapređenja resursa, ekonomskom prosperitetu i dugoročnom razvoju.

Iz godine u godinu raste broj dolazaka turista u Crnu Goru, koja valorizacijom svojih potencijala može da poveća svoj ekonomski doprinos u bruto domaćem proizvodu. Crna Gora kao atraktivna turistička destinacija, razvija kvalitetniju ponudu koja će kao takva odgovarati zahtjevima turističke industrije.

U tom smislu Crna Gora preuzima određene mjere a sve u cilju unapređenja turističkih proizvoda i izlaska na nova tržišta i stvarajući time bolju međunarodnu saradnju. Mnogo veći udio na ekonomskom tržištu turizam može da zauzme, ukoliko bi se unaprijedila turistička ponuda a sa ovim bi i došlo do porasta zaposlenosti domaćeg stanovništva.

2.4. Ugostiteljstvo i hotelijerstvo

Značajnu ulogu u privrednom i društvenom životu i radu jedne zemlje, pa i Crne Gore, ima ugostiteljstvo. Crna Gora, zahvaljujući svojim prirodnim i kulturno – istorijskim pogodnostima, odgovarajuću pažnju posvetila je razvoju ugostiteljske djelatnosti. Ugostiteljstvo je složena uslužna privredna djelatnost koja je usmjerena na zadovoljenje

⁴¹ Nacionalna strategija održivog razvoja Crne Gore – UNDP., Ministarstvo zaštite životne sredine i uređenje prostora, Podgorica, 2006., str.15

⁴² Ibidem.

različitih društvenih potreba u ishrani, smještaju i piću na ugostiteljski način. Postoje nekoliko bližih određenja ugostiteljstva koje se definišu na različite načine:

- Ugostiteljstvo omogućava zadovoljenje društvenih potreba u ugostiteljskim uslugama;
- Ugostiteljstvo je uslužna djelatnost, jer pripada tercijalnom sektoru privrede;
- Ugostiteljstvo je složena djelatnost, jer se ispoljava u obuhvatanju poslova:
 - 1) **Proizvodnog karaktera** (pripremanje toplih i hladnih jela, poslastica i peciva; pripremanje određenih vrsta pića – koktela i napitaka);
 - 2) **Uslužnog karaktera** (posluživanje toplih i hladnih jela, poslastica i peciva; posluživanje toplih i hladnih alkoholnih i bezalkoholnih pića i napitaka; usluge smještaja),
 - 3) **Trgovinskog karaktera** (prodaja trgovinske robe, suvenira, poštanskih vrednosti, štampe, duvanskih proizvoda i dr.),
 - 4) **Organizacionog karaktera** (organizacija najrazličitijih društvenih skupova; seminara, simpozijuma, kongresa) i
 - 5) **Rekreativno – zdravstvenog karaktera** (korišćenje sauna, bazena, sportskih terena i dr.).⁴³

„Ugostiteljske usluge mogu se poslužiti samo u okvirima proizvodno – uslužnih mogućnosti ugostiteljske poslovne jedinice. Ponuda ugostiteljskih usluga je ograničena, neelastična, uslovljena postojećim ugostiteljskim mogućnostima (prostornim, materijalnim i kadrovskim); tražnja za ugostiteljskih uslugama može biti neograničena, elastična, uslovljena različitim društveno – ekonomskim faktorima (sociodemografske promjene, promjene u nivou diskrecione zarade, promjene raspoloživog fonda slobodnog vremena i dr.)“.⁴⁴

U ugostiteljstvu proces rada i poslovanja ne bazira se samo na tome da u svojim objektima ponudi smještaj, piće i hranu u određenom kvalitetu i kvanitetu, već da ponudi i gostoprимstvo. Gosti moraju imati utisak da se u bilo koje doba dana i noći mogu obratiti osoblju i da će im biti udovoljeno na najbolji mogući način. Takođe, potrebno je spriječiti greške koje se javljaju u luksuznim hotelima a to je osjećaj distance i nedostatak komunikacije sa gostom.

⁴³ Nikolić, M., i Bakić, O., **Osnove turizma i hotelijerstva**, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva Beograd, Beograd, 1996., str. 64

⁴⁴ Ibid., str.67

2.4.1. Komponente ugostiteljstva

Osnovne komponente ugostiteljstva su:

- *Ljudska;*
- *Materijalana i*
- *Prostorna komponenta.*⁴⁵

Ljudska preduzimljivost je osnovni pokretač, izvršilac i kreator privrednih aktivnosti pa i onih koji se tiču ugostiteljstva. Druga, materijalna komponenta, obuhvata sredstva i predmete za rad. U sredstva spadaju (oruđa za rad, građevinske objekte i dr.) dok predmete rada sačinjavaju životne namirnice, pića i dr.

U pogledu ovih elemenata pravi se bitna razlika između hotelijerstva i restoranstva. U hotelijerstvu su više zastupljeni građevinski objekti i oruđa za rad, pa samim tim zahtijevaju da se ostvare takvi ekonomski rezultati poslovanja koji će obezbijediti obnavljanje utrošenih sredstava i nabavku novih. I treća, prostorna komponenta sadrži aspekte ispoljavanja, a to su: lokaciju ugostiteljskih objekata, kretanje korisnika ugostiteljskih usluga itd.

„Dobro je poznato od kakvog su značaja zaštita prostora i očuvanje prirodne sredine za obavljanje ugostiteljske i cjelokupne turističke djelatnosti. Turističko aktiviranje i razvijanje prostora uslovljeno je, pored postojanja motivskih potencijala, izgradnjom ugostiteljskih objekata, turistički prostor se stalno proširuje, pa time i ugostiteljska djelatnost postaje prisutna na širem prostoru.”⁴⁶

2.4.1. Ugostiteljstvo i njegovi zadaci

Društveni i životni standard ljudi uslovjava povećanu potrebu za korišćenjem ugostiteljskih usluga. Ukoliko se zadovolje njihove potrebe u odgovarajućem kvalitetu i kvantitetu, ugostiteljstvo ispunjava svrhu poslovanja, tj. ostvaruje svoje zadatke. Zadaci ugostiteljstva su osnovni i posebni.

⁴⁵ Ibid., str. 68

⁴⁶ Ibid., str.69

,,Osnovni zadatak ugostiteljstva sastoji se u zadovoljavanju društvenih potreba ljudi u smještaju, ishrani i piću u skladu sa postojećim kadrovskim, materijalnim i prostornim mogućnostima.“⁴⁷

Posebni zadaci su sledeći:

- „Stalno prilagođavanje zahtjevima korisnika ugostiteljskih usluga, i to, prije svega, pogodnom lokacijom ugostiteljskih poslovnih jedinica, vrstama i kvalitetom usluga, kategorijom objekta i dr. (proces poslovanje je uvijek proces promjena);
- Upoznavanje korisnika ugostiteljskih usluga (poslovnih ljudi, turista i dr.). Različiti korisnici ugostiteljskih usluga postavljaju i različite zahtjeve, npr. Zahtjev u pogledu kompleksnosti ugostiteljskih usluga (pansion, polupansion i dr.);
- Uticanje odgovarajućom politikom kvaliteta ugostiteljskih proizvoda na povećanje obima prometa gostiju. Samo kvalitet obezbeđuje povjerenje, uspjeh i perspektivu opstanka i razvoja ugostiteljske poslovne jedinice;
- Uticanje odgovarajućim mjerama i sredstvima na ravnomjerniju koncentraciju gostiju tokom godine, jer neravnomjernost potrošnje ima jak uticaj na poslovanje i organizaciju rada u ugostiteljstvu;
- Stalno informisanje o vrstama, kvalitetu i cijeni ugostiteljskih usluga uz isticanje njihovih specifičnosti;
- Poboljšanje kadrovske strukture i unutrašnje organizacione strukture u ugostiteljskim poslovnim jedinicama. (Korišćenje radne snage u ugostiteljstvu, shodno stalnim promjenama uslova privređivanja, ne može da se zadrži na trenutnim optimizmu, izraženom najpovoljnijim efektom rada uz najniže troškove. Znači da nije dovoljno da pravi čovjek bude na pravom mjestu, već to

⁴⁷ Ibid., str.70

rješnje treba stalno provjeravati i popravljati. Nema ekonomskog uspjeha bez kvalitetnih ugostiteljskih radnika. Čovjek zaslužuje ulaganje u njegov razvoj.).“⁴⁸

Ugostiteljstvo kao oblik pružanja ugostiteljskih usluga i saobraćaj kao oblik pružanja usluga prevoza – čine materijalni osnovni razvoj turizma u određenom području odnosno mjestu. Kao što je već pomenuto, ugostiteljstvo savremenim turistima omogućava smještaj, ishranu i piće u turističkom mjestu kao odredištu privremenog boravka. Stoga ugostiteljstvo predstavlja najznačajniju privrednu granu turizma.

Turizam se javlja u sferi potrošnje, dok se njegova privredna funkcija sastoji u tome što prelivanjem kupovnih fondova iz jedne zemlje u drugu (inostrani turizam), ili iz jednog u drugo mjesto u okviru zemlje (domaći turizam) stvara potražnju i samim tim proširuje privrednu aktivnost i tržište u različitim turističkim mjestima. Dominantnu ulogu u ovim aktivnostima ima ugostiteljstvo jer apsorbuje najveći dio kupovnih fondova turista.

Ugostiteljske poslovne jedinice za smještaj su najvažniji element turističko – ugostiteljske ponude. Ostali činioci se moraju prilagoditi njihovoј strukturi i veličini. Bez izgradnje novih poslovnih jedinica za smještaj i bez modrenizacije istih, nije moguće povećanje turističkog prometa. Rekonstrukcija postojećih objekata može postići poboljšanje kvaliteta komfora i na toj osnovi mogućnost plasmana.

Turistička kretanja u svijetu, pa i kod nas, ukazuju na to da se turistička ponuda mora prilagoditi zahtjevima potražnje ugostiteljsko – turističkih potrošača. „Poznato je da su njihovi zahtjevi evoluirali od udobnog, a samim tim i vrlo skupog hotelskog smještaja do pansionskog i smještaja u domaćoj radinosti, uz korišćenje niza prednosti koje takav način boravka obezbjeđuje/niži troškovi, slobodniji izbor u korišćenju vremena, mogućnost raznovrsnije ishrane i dr.).“⁴⁹

Veoma je značajno da ugostiteljstvo ostvaruje saradnju u kontinuitetu sa svim privrednim djelatnostima koji su akteri u formiranju ugostiteljsko – turističke ponude. Zato je bitno, da, odgovarajućim sredstvima i mjerama, konstantno ojačava njegovu materijalnu, kadrovsku i prostornu osnovu.

⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ Ibid., str.73

2.4.2. Hotelijerstvo u Crnoj Gori

Turizam, odnosno hotelijerstvo, svoj primjetni razvoj započinje u drugoj polovini XIX i početkom XX vijeka. Nakon ratnih događaja, sve do šezdesetih godina XX vijeka, dolazi do njegovog intezivnog razvoja. „Pod hotelijerstvom se podrazumijeva dio ugostiteljske djelatnosti koji obuhvata pružanje usluga smještaja, prehrane, te pića u za to namijenjenim ugostiteljskim objektima, dok se samo ugostiteljstvo, sastoji iz: hotelijerstva, restauraterstva i kulinarstva.“⁵⁰

„Kada se govori o hotelijerstvu, teško se može zamisliti neulaženje u turistički kazneni prostor, odnosno razmatranje dijela problematike koja se može smatrati turističkom, a ne samo hotelijerskom. Analiza pojedinih kategorija i strategija (turistički promet, strategije razvoja i sl.) se u knjizi definišu turističkim, iako se, u najvećem dijelu, odnose na razvoj i korišćenje smještajnih kapaciteta.“⁵¹

“U 2011. godini stabilizovan je nivo operativnih prihoda hotelijerstva Crne Gore. Postignuti ključni indikator poslovanja, ukupan prihod po sobi, iznosio je prosječno 14.186 Eura dok očekivanja za 2012. i 2013. godinu ukazuju na dalje povećanje za 16%. U 2011. godini poboljšana je i operativna profitabilnost hotelijerstva jer je učešće GOP-a u ukupnom prihodu povećano na 22%. Navedeni rezultati ukazuju na dobro tržišno pozicioniranje shodno izvorima tražnje. Analiza poslovanja hotelske industrije u 2011.g. će omogućiti kvalitetnije donošenje poslovnih odluka u crnogorskom hotelijerstvu i istovremeno će podstići nove naučno-istraživačke projekte od značaja za daljnji razvoj turizma.“⁵²

⁵⁰ Ratković, R., **Razvoj hotelijerstva u Crnoj Gori - geneza, stanje i perspektive**, Budva, 2009., str. 12

⁵¹ Ibidem.

⁵² Ministarstvo održivog razvoja i turizma, **Poslovanje hotelijerstva u Crnog Gori**, Podgorica, 2011., str. 4

3. CRNA GORA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

3.1. Hronika razvoja crnogorskog turizma

U Crnoj Gori rani počeci turističkog razvoja sežu u drugoj polovini XIX vijeku pojavom prvih profesionalnih hotelskih zdanja. Vizija hotelijera je i tada bila jasna, a to je da je kvalitena prezentacija destinacije, jedan od najvažnijih djelova turističke industrije. Da bi poprimio karakter masovnosti, turizam je morao da ispunjava nekoliko preduslova.

Na početku je bilo potrebno stvoriti bolji životni standard stanovništva, stvoriti uslove za odvijanje saobraćaja i izgraditi kapacitete turističko – komunalne infrastrukture. Prvi lokalni put Cetinje – Rijeka Crnojevića je završen 1882.godine, dok je, 1884. godine završen put preko Njeguša Cetinje – Kotor. Do 1903.godine uspostavljen je i automobilski saobraćaj.

Prvi smještajni objekti za turiste su se gradili za vrijeme Petra II Petrovića Njegoša. Hotel „Lokanda”, otvoren na Cetinju 1864.godine se smatra prvijencem hotelske izgradnje u Crnoj Gori. Hotel „Lokanda” je brojao 8 soba i restoran a glavni gosti bili su stranci, koji su dolazili zbog raznih poslovnih, političkih i drugih motiva.

Hotel „Lokanda”, današnji Grand Hotel, nakon Prvog svjetskog rata biva rekonstruisan i dostiže kapacitet od 41 sobe, 1 apartman uključujući i dodatne sadržaje. U hotelu Lokanda nijesu boravili gosti čiji je turistički primarni motiv bio odmor i rekreacija, već su dominirali gosti sa poslovnim, istraživačkim i diplomatskim motivima.



Slika 24. Hotel Lokanda Cetinje

Izvor:

https://www.google.com/search?tbm=isch&q=hotel+lokanda+cetinje&chips=q:hotel+lokanda+cetinje,online_chips:hotel+grand&sa=X&ved=0ahUKEwiL_Jrpr5viAhUHExoKHSp3BoAQ4IYIJigB&biw=1242&bih=597&dpr=1.1#imgrc=VUuBOss_oSW_aM:

Hoteli koji su reprezentovali odmorišni turizam tj. kupališni turizam su se pojavljivali u primorskom dijelu sadašnje, odnosno, istorijskom dijelu Crne Gore (Duklje). Prvi turistički objekat na Crnogorskem primorju je izgrađen, krajem 19. vijeka. Hotel koji se pojavio u primorskom mjestu Zelenika 1902. godine je poznat po imenu „Pansion na Zelenoj plaži”.

„Pansion na zelenoj plaži” može se smatrati prvijencem kupališnog turizma u Crnoj Gori. Njegov osnivač bio je pravnik, dr Antal Mađar. Hotel je posjećen od strane najelitnijih gostiju iz Beča, Beograda, Budimpešte i Zagreba. Nasljednici dr Mađara su isticali da je u njihovom hotelu u više navrata boravio i kralj Nikola. „Pansion na zelenoj plaži” prestaje sa radom 1948. godine i koristi ga Vojska bivše Jugoslavije. Mediji su 2005. godine objavili informaciju da je donešena odluka da se hotel vratи nasljednicima braći i sestri Mađar.



Slika 25. Izgled Pansiona na zelenoj plaži

Izvor:

https://www.google.com/search?q=pansion+na+zelenoj+plazi&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwiWiPS5tZviAhXEsHEKHaZ-AIUQsAR6BAgKEAE&biw=1242&bih=553#imgrc=Gmp6dCjJjb_EaM:

U centru Herceg Novog 1908.godine izgrađen je hotel „Boka”, dok je hotel „Avala” u Budvi izgrađen 1903.godine. Hoteli „Avala”, „Boka” i „Zelenika” dvadesetih i tridesetih godina 20.vijeka bili su oličenje luksuza i bogate turističke ponude.

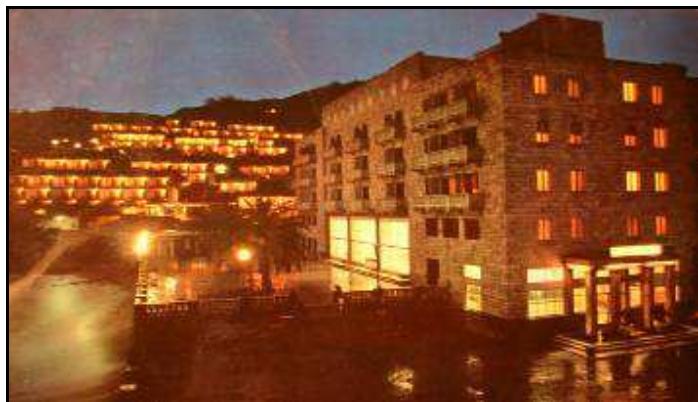


Slika 26. Hotel Boka

Izvor:

https://www.google.com/search?q=hotel+boka+herceg+novi+istorija&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwib0ZK8pariAhXnl4sKHcncBbYQ_AUIDigB&biw=1242&bih=553&dpr=1.1#imgrc=YygjvY7BC7XE4

M:



Slika: Hotel „Avala” Budva

Izvor:

https://www.google.com/search?biw=1242&bih=553&tbs=isch&sa=1&ei=rLbiXKCrMaKAjLsP0p2j2Ag&q=hotel+aval+a+budvi&oq=hotel+aval+a+budvi&gs_l=img.3...4169.5993..6229...0.0..0.186.1166.0j8..1....1.gws-wiz-img.....0i19j0i30i19.e2oAA_c8PEo#imgrc=tEL8LPWLkQwt6M:

„Razvoj turizama u Prvoj Jugoslaviji (1918 – 1941) je imao puzajući i gotovo simboličan karakter. Ilustracije radi, navodimo da je 1939.godine u turističkim mjestima Crne Gore boravilo 17.058 turista (19% stranih), koji su ostvarili turistički promet od 139.412 noćenja. Ukupni smještajni kapaciteti su iznosili 1.415 kreveta.”⁵³

O crnogorskom turizmu i hotelijerstvu, za period do 50-tih godina prošlog vijeka, ne može se govoriti kao o svojevrsnoj industriji. „Naprotiv o turizmu tog vremena može se govoriti samo kao o sporadičnoj djelatnosti, sa zanemarljivo malim učešćem pravog turističkog preduzetništva.

Šezdesetih godina u Crnoj Gori je postignut konsenzus o tretmanu turizma kao jednog od najvažnijih i najznačajnijih pravaca privrednog razvoja. Na državnom i ekspertskom nivou ostvarena je validna međunarodna saradnja. Njegov razvoj se odvijao u jasnim strateškim smjernicama.

⁵³ Ratković, R., *op.cit.*, str. 18

Već od početka šeste decenije prošlog vijeka otpočinje etapa ambicioznog razvoja turizma u Crnoj Gori. Početak tog perioda obilježava i izgradnja elitnog grad – hotela „Sveti Stefan”, koji je svoj brend izborio u prvim godinama poslovanja i održavao do današnjih dana, te koji, uprkos proteku više od pola stoljeća, ne gubi na ekskluzivitetu i tržišnoj poziciji”.⁵⁴



Slika 27. Sveti Stefan

Izvor:

https://www.google.com/search?q=sveti+stefan&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir= Bu5yQmdnv7TsM%253A%252CTHIxpvED9-V6MM%252C_&vet=1&usg=AI4_-kTdMXT4ee_g7jSO0VjnsOZzPOGFTA&sa=X&ved=2ahUKEwjD9aCHkaziAhVpposKHSgLDGUQ9QEwA3oECAcQCg#imgrc= Bu5yQmdnv7TsM:

„Crnogorski turizam je izrastao na primorskom odmorišnom kupališnom turizmu, što je bilo u skladu sa istorijskim tokovima turističke tražnje i prirodnim i stvorenim receptivnim faktorima Crne Gore. Strateške vizije i prognoze su saglasne da će ovaj vid turizma i dalje biti prioritetan za Crnu Goru.”⁵⁵

U Strategiji razvoja turizma Crne Gore do 2020. Godine se navodi: „Primjenom principa i ciljeva održivog razvoja Crna Gora će stvoriti jaku poziciju globalne visokokvalitetne turističke destinacije; Turizam će za stanovništvo Crne Gore obezbijediti dovoljno radnih

⁵⁴ Ibid., str. 22

⁵⁵ Ibid., str.329

mjesta i rast životnog standarda, a država će ostvariti prihode na stabilna i pouzdan način.”⁵⁶

Hotelska industrija u Crnoj Gori je doživjela brz procvat. Razvoj hotelske industije počeo je sa hotelom „*Crna Gora*” koji je izgrađen 1953.godine. U njemu su odsjedali najpoznatije ličnosti i to počev od Tita, kraljice Elizabete, do Sofije Loren, Vita Nikolića, Uroša Toškovića i brojne druge ličnosti. Nekoliko godina kasnije, sagrađeni su novi moderniji i komforntniji hoteli, koji doprinose povećanju smještajnih kapaciteta. U Crnoj Gori postoji bezbroj hotela koji mogu da zadovolje prohtjeve najzahtjevnijih turista.

Neki od njih su: ***Hotel „Podgorica”***, koji je sagrađen davne 1967.godine na obali Morače. Nedavno je renoviran, ima četiri zvjezdice i posjeduje 85 kreveta (44 sobe). U srcu Podgorice a u blizini konzulata, ministarstava nalazi se hotel „***Best Western Premier Montenegro***”, sa modernim enterijerom i eksterijerom nudi sedam apartmana i preko 40 soba. Specifičnost ovog hotela je njegova terasa koja omogućava gostima da uživaju u mediteranskoj klimi.

Hotel „Hilton” ima 5 zvjezdica i veoma je bitan za crnogorski turizam. Dobitnik mnogobrojnih nagrada iz oblasti hotelijerstva i ugostiteljstva je ***Hotel Kostas***. „Hotel se nalazi u istočnom dijelu grada. Samo desetak minuta udaljen od aerodroma, autobuske i željezničke stanice. Kapacitet hotela je 46 ležajeva, a ima dobru pansionsku ponudu.”⁵⁷

Crnogorsko primorje broji brojne najluksuzniji hotele. U Tivtu najznačajniji su: „*Royal-a*”, „*Aurora*”, „*Palma*”, „*Pins*” „*Mimoza*”. Herceg Novi nudi 23 hotela. Među najznačajnijim su: „*Villa Aleksandar*”, „*Jadranska straža*” i „*Perla*”. Što se tiče Kotora kao svjetske kulturne baštine, svi hoteli zadovoljavaju kriterijume savremenih turista. Najtraženiji hoteli u Kotoru su: „*Splendido*”, „*Teuta*” i „*Vardar*”.

⁵⁶ Strategija razvoja turizma Crne Gore do 2020.godine, Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, Podgorica, 2008., str. 29

⁵⁷ <https://www.hotelkostas.com/sr-cs>, 09.06.2019. u 15h



Slika 28. Hotel „Vardar” Kotor

Izvor: https://www.google.com/search?hl=sr-ME&biw=1242&bih=553&tbs=isch&sa=1&ei=vBb9XP6tOYqNlwT8m5GADg&q=vardar+kotor&oq=vardar+kotor&gs_l=img.3...15449.16252..16545...0.0.0.102.556.5j1.....0....1..gws-wiz-img.....0i7i30j0i8i7i30j0i8i7i10i30.lEMmZk-y2ws#imgrc=QTXQJOWVZmcT4M:

U odnosu na druge primorske gradove Barska rivijera se može pohvaliti sa mnogobrojnim hotelima. To su: *Hotel „Princess”*, *„Korali”*, *„Topolica”*, *„Sidro”* i mnogi drugi.

Za prijestonicu ljetnjeg turizma se smatra grad Budva, koja gostu nudi gotovo sve, od smješaja u najluksuznijih hotelima do privatnih soba, motela i apartmana. Najznačajniji su: Hotel „*Aleksandar*”, „*Castellastva*”, „*Slovenska plaža*”. Već pomenuti najprestižniji svjetski hotel je „*Aman Resorts*”. Zatim, na domak Budve je i hotel „*Queen of Montenegro*” kategorisan sa 4 zvjezdice, Hotel „*Tara*”, Hotel „*Bellavista*”, Hotel „*Iberostar Bellevue*” i mnogi drugi.

Onaj koji je uspostavio reputaciju zbog svoje luksuznosti i eksluzivne usluge koju nudi turistima je hotel „*Splendid Conference and SPA Resort*”. Smješten je na obali Jadranskog mora i turistima nudi najviši nivo usluga.



Slika 29. Hotel „Splendid” Bečići

Izvor:

https://www.google.com/search?q=hotel+splendid+budva&source=lnms&tbo=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjvxvva0tziAhXH_qOKHZ7SCZwQ_AUIECgB&biw=1242&bih=553#imgrc=i89OkGuATDjj5M:

Porast broja hotela, svakako se može reći da je i posledica procesa same globalizacije. Savremeni turista želi da upozna što više krajeva, predjela i ljudi na raznim meridijanama svijeta. Interesovanje za nove, manje poznate zemlje, kulture i običaje je ogromna. Zahvaljujući prirodnim ljepotama, kulturno – istorijskim nasljedima, gostoprimstvu ljudi, Crna Gora bi trebalo da bude elitna destinacija na svjetskom tj.globalnom nivou. Iako je Crna Gora atraktivna destinacija, njen imidž, potencijal i vodeće svjetske hotelske kompanije su još uvijek u zanemarljivom obliku.

3.2. Obrazovanje u turizmu

Svaka država, pa i Crna Gora, određuje strategiju i koncepciju sistema obrazovanja. To je ujedno najznačajniji i najsnazniji instrument oblika socijalizacije i društvene percepcije. Kroz obrazovanje se nastoji utvrditi vrijednosti i društvene norme, pa se samim tim i stvara osjećaj za vlastitu kulturu. Znanje i vještine koje su stiču tokom obrazovanja su vrijednosti koje su važne kako za pojedinca koji ih posjeduje, tako i za cijelu društvenu zajednicu.

Težnja za visokokvalifikovanom radnom snagom, proces globalizacije, sve brži razvoj novih tehnologija nametnule su nužnost cjeloživotnog učenja i uspostavljanja otvorenog i fleksibilnog prohodnog sistema, koji svakom pojedincu pruža mogućnost za napredovanje, obrazovanje i priznavanje njegovih stečenih znanja.

Pored sticanja formalnog obrazovanja, svakom pojedincu je omogućeno da stečena znanja i vještine unaprijedi u profesionalnom razvoju i samim tim poboljša njegovu konkurentnost na tržištu rada.

Lokalno stanovništvo mora biti informisano o zaštiti i korišćenju kulturnih resursa. Za stvaranje različite turističke ponude, potrebni su programi obuke koji bi se sprovodili u svim sektorima turizma, kulture, ekologije i obrazovanja a sve ovo bi dovelo do bolje turističke ponude visokog kvaliteta.

Edukacija lokalnog stanovništva bi podrazumijevala ukazivanje na prednosti lokalnog stanovništva. Samo je to način koji bi doveo do umanjenja socio – kulturnih efekata turizma u destinaciji. Lokalna zajednica je ta koja treba biti edukovana o kulturno – istorijskim cjelinama. Moraju da prepoznaju da profitabilnost na „duge staze“ šteti razvoju samog kulturnog turizma.

Znanja i vještine vodiča moraju biti bogata informacijama iz kulture, istorije umjetnosti, etike, geografije, komunikacijskih tehnika i vještina, znanje stranih jezika i poznavanje o psihosocijalnoj strukturi turista. U interpretaciji kulturnih sadržaja široko obrazovanje je to koji čini najvažniji preduslov za profesionalno vođenje turista.

3.3. Globalni trendovi u Crnoj Gori

Ubrzan rast globalističkih tendencija i povećana društvena mobilnost dovele su do različitih interakcija između predstavnika društvenih grupa različitog kulturnog porijekla i nasleđa. Turizam je, sa jedne strane i optimalan faktor kulturne razmjene između predstavnika receptivnog društva putem doživljajnog, emocionalnog i saznajnog sadržaja koji razmjenjuju u turističkom susretanju.

Globalizacija u turizmu se javlja kao megatrend turističkog tržišta. Globalni značaj turizma proističe iz činjenice da omogućava razmjenu ekonomskih i drugih uticaja između lokalnog stanovništva i savremenog turiste. Globalna i otvorena za strane investicije postaju turistička tržišta, pa se i sa tim razvija turistički menadžment, dok je konkurenca među određenim turističkim destinacijama sve veća i veća.

Na destinaciju su socio – kulturni faktori raznovrsni i zavise prije svega od dužine turističke tradicije, ekonomske zavisnosti koje lokalno stanovništvo prihoduje od turizma i razlike koje se javljaju u nivou društvenog razvoja lokalne zajednice i stranih turista. Ono što je imperativ svakog kreatora turističke politike, jeste poštovanje društava, potrebe stranih turista za autentičnim doživljajem i saznanje o lokalnoj kulturi. Takođe, efikasnom politikom mora se brinuti o saznajno – doživljajnim sadržajima sa kojima turisti odlaze iz birane destinacije, kao i o društveno – kulturnoj modifikaciji u receptivnim društvima.

Do najznačajnijih promjena u turizmu došlo je zahvaljujući ubrazanom razvoju tehnologije. Savremeni rezervacijski sistemi su svijet pretvorili u „globalno selo“ zbog gusto isprepletenih informacijskih mreža. Otvara se mogućnost kupoprodaje bez fizičkog kontakta i kao takve stvaraju radikalne promjene koje se ne odnose samo na ekonomiju, već su zahvatile i područje turizma. Uloga interneta u turizmu je višestruku, dok informacija pomoću interneta postaje globalno dostupna.

Savremeni turista putujući u željenu destinaciju, upoznat je sa kulturom birane destinacije u koju putuje, pa se samim tim i mora pridržavati određenih normi ponašanja. U ovome se ogleda i kulturoški značaj globalizacije u turizmu.

Svjetska turistička organizacija ili UNWTO, ukazuje na sledeće megatrendove kada je riječ o razvoju turizma:

- „Konflikti – između razvoja turizma i socio – ekološke svijesti generalno posvećenoj načelima održivog razvoja, koji su danas zakonski utemeljena i poštuju se u skoro svim ciljnim područjima;

- Specifičnost (autentičnost) ponude - kao odgovor na globalizaciju i stapanje kultura, kao i na rastuću jednoličnost svakodnevnog života, turista traži autentičnost, originalnost tj. poseban karakter svakog mesta;
- Elektronski informativni i distributivni sistemi – pospješuju direktnu informaciju, direktno poređenje i direktno bukiranje. Internet olakšava transparentnosti primorava na konkurentnost odnosa cijena – usluga;
- Upotreba velikih aviona i niskobudžetnih prevoznika – omogućava bržu, udobniju i jeftiniju avio povezanost, čime se stvaraju uslovi za veću potrošnju u samoj destinaciji.;
- Diferenciranje motiva i ciljnih grupa – Sva evropska tržišta karakteriše jaka tendencija ka individualizaciji očekivanja od odmora. Heterogenost zahtjeva je posljedica povećanog životnog standarda uopšte, iskustva sa putovanjima i globalizacije. „⁵⁸

UNWTO takođe utvrđuje i razvojne šanse u određenim sferama ponude a to su:

- „Kod lifestyle – proizvoda, u kombinaciji sa ciljanim stvaranjem imidža i brenda pojedinačnih segmenata ponude: destinacija kao raznovrsni proizvod pod jednim brendom;
- Kod kvalitetnijih proizvoda, u svim oblastima usluga povezanih sa turističkom privredom. Naglašavanje kvaliteta rezultat je konkurenциje širom svijeta u borbi za platežno jake klijente i preduslov za stvaranje brenda;
- Turizam zasnovan na prirodi u kombinaciji sa sportskim aktivnostima;
- U kulturnom turizmu: Turistima sa akademskim interesovanjima priključuju se i nove ciljne grupe koje u svoj odmor ugrađuju i aspekt kulture (kulturne manifestacije, likovne kolonije, pjesničke večeri itd);

⁵⁸ Politika i strategija razvoja turizma Crne Gore do 2020.godine, Ministarstvo turizma i zaštita životne sredine, Podgorica, 2008., str. 15

- Najveće stope rasta realizovane su u ponudama koje nude velnes i fitnes sadržaje, planinarenje, pješačenje i biciklizam, kao i odmor all-inclusive.”⁵⁹

Dva glavna trenda su zapažena u turističkoj tražnji su: sprega aktivnosti i motiva i diverzifikacija određene ciljne grupe. U prvi trend glavni motiv je odmaranje koji je praćen motivima poput: uživanja, kretanja, zdravlja, širenje vidika i orijentaciji ka doživljaju. U aktivnostima kada smo na odmoru, uvijek je praćeno više motiva koji se tokom dana mijenjanju. Drugi trend ili diverzifikacija određene ciljne grupe je pripadnost demografskim i socijalnim grupama. One su se pokazale kao grupe u određenim turističkim destinacijama.

„Tako se grupe razlikuju po stilu života i motivu, i dijele se na manje podgrupe. Dalje, „stariji ljudi” preko 65 godina, dijele se na „aktivne i klasične seniore”. Kod grupa sa naglašenim specifičnim sklonostima takođe je jasna tendencija podjela: tako biciklisti postaju vozači tura, mountainbajkeri, izletnički, fitnes, sportski vozači, trkači i porodični biciklisti.”⁶⁰

Sa promjenama na tržištu, turističke destinacije su te koje usklađuju svoje ponude. Svaka destinacija ima sopstveni razvojni pravac, pa kao takva prihvata razvojne tendencije i stvara bezbrojne ponude. Uvijek se slijedi nekoliko najvažnijih strateških ciljeva:

1. „Kvalitetniji smještajni kapaciteti, s akcentom na objekte viših kategorija;
2. Diverzifikacija ponude – sport, kultura, kongresi, vjerski turizam, zdravstveni itd;
3. Turistička ponuda nezavisna od sezone – naročito velnes/spa kapaciteti;
4. Poštovanje principa održivosti, putem životne sredine, održavanjem infrastrukture, za uklanjanje otpada, uređenjem okoline i sl.;
5. Poštovanje lokalnih karakteristika i stilova tipičnih za destinaciju;
6. Kvalifikovani stručni kadar i otvaranje perspektivnih novih zanimanja/radnih mjesto;

⁵⁹ Ibid., str.16

⁶⁰ Ibidem.

7. Jačanje marketinških mjera uz koncentrisanje na glavna tržišta. ”⁶¹

Efekat globalizacije na tržištu rada sa jedne strane, i sve veći rast turističkih kompleksa i turističkih destinacija sa druge strane, predstavlja sve oštiju konkurenčiju za platežno jake turiste, naročito ako su van kupališne sezone.

Crna Gora već je prepoznatljiva kao atraktivana i uzbudljiva turistička destinacija, pa bi stoga i trebalo da bude među globalnim top turističkim destinacijama. Gostoprimaljivost ljudi, pejzaži, prirodne ljepote, kulturno – istorijsko nasleđe su prednosti Crne Gore. Ka poboljšanju turizma Crne Gore, svi napori moraju biti usmjereni na ovu ambicioznu cilj.

3.4. Crnogorsko društvo

Da bi se imalo uvid u istorijsku suštinu Crne Gore potrebno je pratiti sam tok razvoja crnogorskog društva. Crnogorsko društvo se razvija pod uticajem kulturnog i istorijskog nasleđa srednjovjekovne države. Ono je samo po sebi autentična tvorevina sa patrijarhalnom kulturom, koja je sačuvana i dan danas. Položaj žena nije bio lak i bile su poštedjene bilo kakvih sukoba, krvnih osveta, dok se nevjera surovo kažnjavalala.

„U XVIII vijeku u Crnoj Gori postojala poslovica: "Ko se ne osveti, taj se ne posveti". Krvna osveta i osveta iz temelja potresaju crnogorsko plemensko društvo. Prema plemenskom moralu osveta je najveće zadovoljenje povrijedjenog individualiteta i često se najužasnije izvršavala. Dok se krvna osveta zadržavala u granicama odmazde, osveta nužno prelazi tu granicu. Krvne veze udružuju pojedince na nižim stepenima društvenog razvitka u čvršće zajednice nego što ih kasnije na višim stepenima društvenog razvitka združuju nacionalne države i komunalne veze.”⁶²

Svi sukobi su se rješavali po običajnom pravu. U to doba, kmetski sud je taj koji po običajnom pravu rješava određena krivična djela koja uključuju ubistva. Onaj ko izvrši

⁶¹ Politika i strategija razvoja turizma Crne Gore do 2020.godine, *op.cit.*, str.17

⁶² http://www.montenegrina.net/images/zajednicke/montenegrina_logo_r1_c1.gif, 13.06.2019. u 19h 19

najteže krivično djelo odnosno oduzme nekome život toj porodici isplaćuje veliku novčanu nadoknadu.

„Na istom pravnom principu riješavali su se česti sukobi Crnogoraca s mletačkim podanicima pa i s Turcima, koji su priznavali običajno pravo. Međutim, ako nije bilo u pitanju ubistvo, drugi mnogobrojni sukobi između plemena i nahije kao i Crnogoraca s mletačkim podanicima riješavali su se na stanku. Zainteresovane strane uputile bi određen broj ljudi koji bi prijateljski raspravljaljali i riješavali o sporu na osnovu običajnog prava.“⁶³

Pored svih napora plemenskog društva i propisa već pomenutog običajnog prava nisu bili u stanju osigurati javnu bezbjednost. To je jedan i od uzroka nestanka ovog društva i ustupanja mjesta boljoj društvenoj organizaciji. U zakoniku Petra I Petrovića Njegoša se jasno vidi koliko je plemensko društvo pritiskala krvna osveta.

U to vrijeme i počinje da se formira nova pravna svijest crnogorskog društva. Značajnu ulogu u istoriji Crne Gore igralio je plemensko društvo koje je postepeno sišlo sa pozornice. Mentalitet i plemenski duh nadživjeli su plemenske institucije sve do današnjih dana.

Sa moralanim shvatanjima, autentičnim načinom razumijevanja čovjeka i života, crnogorsko društvo je izgradilo svoj patrijarhalni system vrijednosti. Glavna crta svakog crnogoraca jeste visok ponos i junačna ambicija.

Jedino mjerilo ljudske vrijednosti u prošlosti bilo je junaštvo. Naviknuti na sirotinju, nemaštinu, na glad i najtežu oskudicu stvorene su izuzetne ljudske vrijednosti u istoriji naših naroda. Najveći etički principi do kojih se vinuo naš čovjek su junaštvo i čoštvo.

Savremeno društvo nam nameće nove trendove i ubrzan način života. Generacije se mijenjaju ali mala Crna Gora još uvijek čuva ono što su nam preci ostavili u amanet, a to su već pomenute visoko moralne vrijednosti čoštvo i junaštvo.

⁶³ Ibidem.

3.5. Kultura u Crnoj Gori – znamenitosti i događaji

Crnu Gora ima bogato kulturno nasleđe. U primorskim gradovima se može osjetiti duh Grka, Ilira i Rimljana čiji su tragovi obilježili važan dokaz drevnih vremena. Nemjerljivo bogatstvo i dan danas čine zidine i srednjovjekovna utvrđenja. Manastiri koji su rasprostranjeni po cijeloj Crnoj Gori na turiste ostavljaju upečatljiv utisak. Crnogorska kultura ostvarila je brojni uspjeh u svijetu, zahvaljujući poznatim slikarima koji su svoju crnogorsku dušu prenosili na platno. Najpoznatiji su bili: Petar Lubarda, Milo Miunović i Dado Đurić.

Na crnogorskoj obali svaki grad je pisao svoju istoriju. Već pomenuti Kotor (sa velikom koncentracijom kulturnog blaga) i Persat osnovani su prije nove ere i dio su svjetske kulturne baštine, dok je Herceg Novi grad umjetnika i karnevala.

Sa mnogobrojnim istorijskim spomenicima, ostacima zapisa i freski iz XII vijeka p.n.e. impresivnim plažama, nezaboravnog provoda s druge strane, Budva je turistička prijestonica Crne Gore. Zbog sadržaja koju nudi, glavna ekonomski grana joj je turizam, pa se stoga ne treba čuditi što se u njoj otvaraju veliki broj hotela, motela, apartmana i privatnih smještaja.



Slika 30. Budva

Izvor: www.google.com

Arhitektura koja je dominantna u Budvi je venecijanskog porijekla, pa se oko nje nalaze i najznačajniji kulturno – istorijski objekti. Na početku starog grada nalazi se Rimska nekropola, rimski žrtvenik, ranohrišćanska bazilika, crkva Svetog Ivana Krstitelja, Citadela, Budvanski muzej i mnoge druge znamenitosti koje svjedoče o njenoj burnoj prošlosti.

Grad Budva posjetiocima nudi brojne kulturno zabavne sadržaje. Organizuju se brojne predstave, književne večeri, koncerti, festivali, izložbe a ovo je samo dio dešavanja kojima posjetilac može prisustvovati. Osim kulturnih i zabavnih sadržaja, turistima se nudi i bezbroj suvenirnica, butika, kozmetičkih salona, restorana, kafića itd.

Ono što je čini posebnom osim njenih prirodnih ljepota jeste i atmosfera. Kvalitetan noćni život, vodene atrakcije, gastro ponude, šoping ponude, kvalitan privatni ili hotelski smještaj čine Budvu idealnim mjestom za rekreaciju i odmor.

U Crnoj Gori se iz godinu u godinu povećava broj manifestacija i festivala čiji organizatori su ili opštine ili brojne nevladine organizacije. Njihova teritorijalna rasprostranjenost, profilacija i brojnost čine je bitnim faktorom kulturne ponude. U programu razvoja kulture 2016 – 2020.godine se navodi da će se evaluacijom revidirati broj manifestacija koje će biti realizovane uz državnu podršku, pa će se i sa tim voditi

računa o ravnopravnoj zastupljenosti svih kulturnih sadržaja na cijeloj teritoriji Crne Gore.

Manifestacije koje su svojom tradicijom, sadržajem utemeljile na crnogorskoj kulturnoj sceni, dobine su status od poebnog značaja za kulturu. Te manifestacije su: Kotor Art, Montenegro film festival, Internacionalni Tv festival Bar, Ratkovićeve večeri poezije u Bijelom Polju.

„Zaštitom i očuvanjem kulturnog nasleđa i razvojem savremenog kulturnog – umjetničkog stvaralaštva afirmiše se crnogorsko multikulturalno biće i jača svijest o temeljnim crnogorskim vrijednostima. Takvim kulturnim konceptom, daje se doprinos razvoju i očuvanju društvenih vrijednosti na kojima počiva savremena Crna Gora.“⁶⁴

Vjekovna prijestonica Crne Gore, istorijski grad muzeja, ishodište državnosti i duhovnosti grad koji je ujedno otvoren za sve prijateljske ruke jeste grad Cetinje. Cetinje sa svim svojim znamenitostima jeste srce kulture. Iz oblasti kulturne baštine, najpoznatije institucije smještene su na Cetinju.

Brojne turiste Cetinje ostavi bez daha jer u njemu mogu posjetiti: Cetinjski manastir, Riznicu, Biljardu, Dvorac Kralja Nikole, Vladin dom, Zetski dom, Orlov Krš, Vlašku crkvu, Ostaci manastira Crnojevića na Ćipuru i brojne druge znamenitosti.

Na ljetnjoj pozornici se tokom ljeta organizuju brojne manifestacije i festivalski događaji u kojima posjetioci mogu uživati u muzici, filmu, književnosti i izložbama. „Cetinjsko kulturno ljeto“ ili „Ljeto u prijestonici“ organizuju Turistička organizacija Cetinje i Opština Cetinje.

S obzirom da je Cetinje kulturno i istorijski bogato, svakog juna mjeseca se na Cetinju organizuju kulturne manifestacije tzv. „Cetinjske bijenale“ koja je veoma značajna likovna umjetnost a koja je pokretac princa Nikole Petrovića – praunuka kralja Nikole.

⁶⁴ Program razvoja kulture 2016 – 2020., Ministarstvo kulture, Cetinje, 2016., str. 25

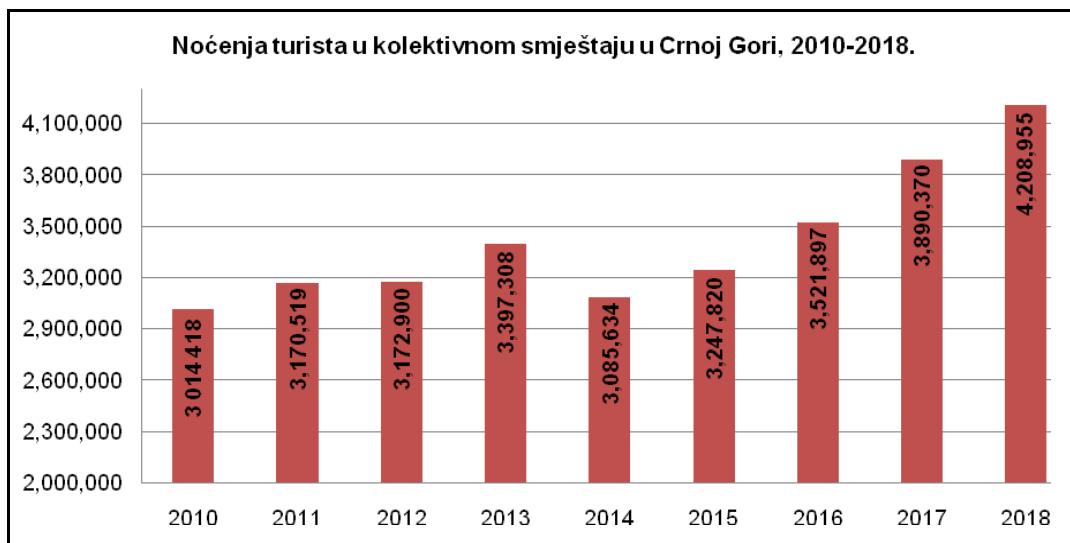
Takođe, manifestacija koja je imala dugu tradiciju a koja je prekinuta jeste „Smotra folklora“. Na njoj su nastupali plesači iz različitih zemalja svijeta. U Zetskom domu se tokom čitave godine organizuju brojne predstave iz produkcije crnogorskih teatara.

U Zetskom domu, se slušaju i brojni simfonijski orkestri, razni koncerti na violini, klaviru itd. Gosti Zetskog doma su uglavnom poznate ličnosti iz javnog i kulturnog života. U svim ovim čarima koje Cetinje pruža, uživa kako cetinjska publika tako i brojni turisti.

4. STRUKTURA TURISTA KOJI DOLAZE U CRNU GORU

Turisti Crne Gore i njihova struktura sa različitih aspekata predmet su permanentnog istraživanja Nacionalne turističke organizacije i MONSTAT-a. U ovom radu koristićemo komparativnu analazu rezultata istraživanja dobijenih „Istraživanjem posjetilaca turista u Crnoj Gori 2010.godini“, te godišnjim podacima koje objavljuje MONSTAT.

Prema MONSTATOVIM podacima broj turista koji posjećuje Crnu Goru povećava se iz godine u godinu.

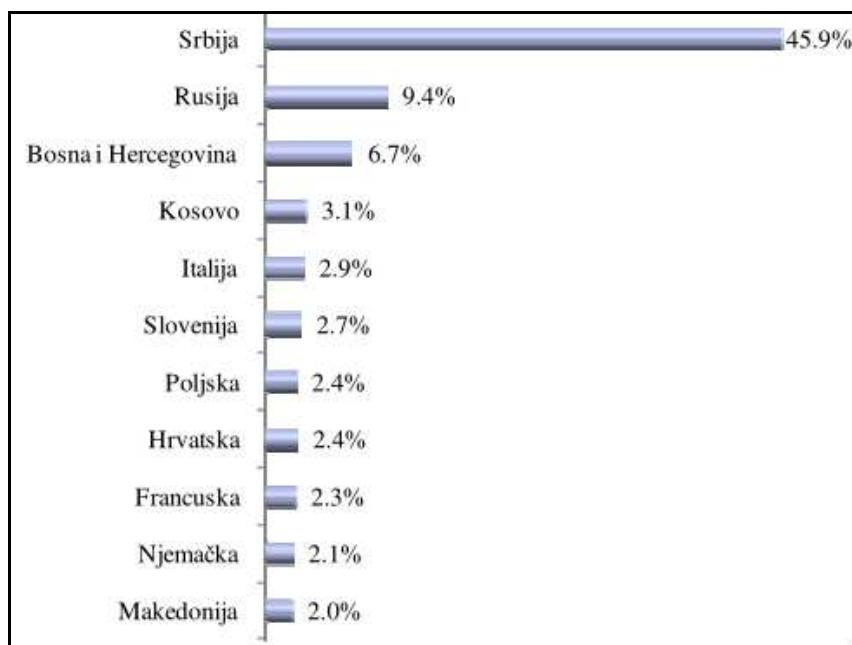


Grafik 1. Noćenja turista u kolektivnom smještaju u Crnoj Gori, 2010-2018.

Izvor. www.monstat.org.

Istraživački projekat koje je uradila Nacionalna turistička organizacija, odnosi se na objektivnu i reprezentativnu sliku u pogledu zadovoljstva turista, tokom njihovog boravka u Crnoj Gori. Prema navedenom izvoru najveći procenat turista boravi u južnom regionu i to 76,08%, centralni 16,09% i 6,2 % u sjevernom regionu.

U skladu sa rezultatima najveći broj turista dolazi iz Srbije (45,09%), potom Rusije 9,4 i BiH 6,7%.



Grafik 2. Istraživanje posjetilaca turista u Crnoj Gori 2010.godine

Izvor: www.monstat.org.

Statistički podaci MONSTAT-a o dolascima i noćenjima u 2017.godini svjedoče o drugačijoj strukturi dolazaka stranih turista u Crnoj Gori. Među ostvarenim dolascima i noćenjima prednjače ruski turisti i to sa procentom 26,7%, potom, srpski turisti 25,7% i turisti sa područja BiH u procentu od 9,4%.

Turistički motivi za posjetu Crnoj Gori su raznovrsni: sun, sea and sand, hrana, noćni život, posjeta manifestacija, kulturne atrakcije. Na temelju istraživanja NTO-a različiti regioni privlače različito motivisane turiste. Južni region posjećuju turisti motivisani plivanjem i to u procentu 67,7%.

Najveći broj posjetilaca centralnog regiona motivisano je sportskim takmičenjima ili poslom i to u procentu od 30,1% i posjećivanje prijatelja i rodbine 21,5%.

Sjeverni region posjećuju turisti koji izdvajaju plivanje, pješačenje, planinarenje, posjećivanje rodbine i prijatelja kao i raznih kulturnih znamenitosti kao svoje omiljene aktivnosti.

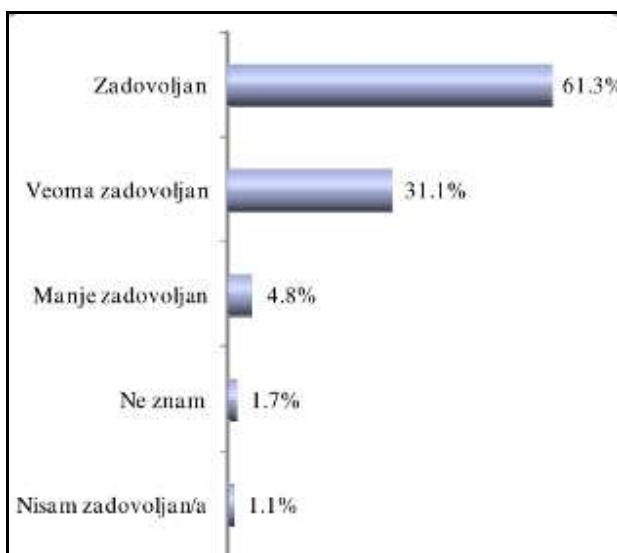


Grafik 3. Istraživanje posjetilaca turista u Crnoj Gori 2010.godine

Izvor: www.monstat.org.

Na osnovu svega navedenog, zaključujemo da je kultura kao sadržaj najčešće komplementarni motivator za posjetu kulturnih znamenitosti u Centralnom regionu 8,6%, Sjevernom regionu 8,7% i Južnom regionu 5,2%.

Posebna vrijednost ovog istraživanja uvidjeli smo u utisku koji turisti nose iz Crne Gore. Grafik ukazuje na zadovoljstvo (61,3%) i veoma veliko zadovoljstvo odmorom u Crnoj Gori. Čak 92,4% ispitanika navode da je ukupan utisak odmora u Crnoj Gori pozitivan. Većina smatra da će vjerovatno ponovo posjetiti Crnu Goru .



Grafik 4. Istraživanje posjetilaca turista u Crnoj Gori 2010.godine

Izvor: www.monstat.org.

Relativno je mali procenat ispitanika koji je iskazao manje zadovoljstvo (4,8%) i nezadovoljstvo (1,1%).

Tabela 3. Istraživanje posjetilaca turista u Crnoj Gori 2010.godine

	Apsolutan broj ispitanika	Prosječna ocjena
Nacionalni parkovi	1257	1.51
Kulturne i istorijske znamenitosti	1307	1.55
Plaže	1389	1.61
Zaštita životne sredine	1384	1.96

Izvor: www.monstat.org.

Navedeno istraživanje govori o zadovoljstvu Nacionalnim parkovima, kulturnim i istorijskim vrijednostima. Osim toga, turisti navode zadovoljstvo komunikacijom sa lokalnoim stanovništvom, smještajem, ljubaznošću ljudi, zabavom, manifestacijama, odnosno noćnim životom i ponudom hrane i pića.

ZAKLJUČAK

Crna Gora zauzima prepoznatljivo mjesto na turističkim mapama svijeta. Crnogorski gradovi protkani arhitekturom prohujalih epoha, svojom ljepotom oduzimaju dah i vraćaju u vjekove kada su nastajali. To posebno oduševljava brojne turiste sa svih meridijana svijeta, koji rado dolaze da provedu godišnji odmor na njenim pješčanim plažama, kanjonima, jezerima i planinama neponovljive ljepote.

U današnje vrijeme, putovanje je mnogo sigurnije, udobnije, zato je turizam važna privredna grana kako kod nas tako i u svijetu. Crna Gora je od davnina prepoznata po gostoprimstvu i uvažavanju ljudi iz drugih sredina. Gost je svetinja i svuda je bio primaran sa posebnim počastima, što je i danas prisutno.

Da bi njihov boravak bio prijatniji, organizuju se brojne manifestacije, putem kojih upoznaju našu kulturu, tradiciju i običaje. U ljetnjim mjesecima Crna Gora postaje jedna velika kulturna pozornica, dok brojne manifestacije obogaćuju turističku ponudu i privlače veliki broj turista. Predstavnici turističke strategije i ponude moraju stalno raditi na edukaciji stanovništva i obrazovanju mladih ljudi koji će znalački doprinijeti da naša zemlja ide u korak sa vodećim turističkim zemljama svijeta.

Kulturno – istorijski spomenici su neprocjenljivo bogatstvo naše zemlje, jer predstavljaju svjedočanstvo istorije i tradicije našeg naroda. Zato ih treba brižno čuvati i zaštiti od propadanja. U katastrofalnom zemljotresu 1975.godine skoro da su bili uništeni. Crna Gora je uložila ogromna sredstva u njihovu restauraciju, ali ima još neobnovljenih brojnih sakralnih objekata u ruševinama.

Zato treba nastaviti sa njihovom restauracijom, jer su od ogromne važnosti kao za današnjeg stanovnika naše zemlje, tako i za brojne tursite jer su nezaobilazan predmet njihovog interesovanja. Kultura, tradicija i običaji su osnovna obilježja jednog naroda, odlike po kojima se prepoznaje i koje ga čine različitim od drugih.

Svaki narod se razlikuje po svojoj kulturi, po sistemu vrijednosti i menatalitetu koji su vjekovima taloženi kao produkt istorije, životnih okolnosti koje su kod svakog naroda drugačije, pa su na različitim meridijanima drugačije i oblikovali ljudsku misao.

Savremenom turistu se pruža mogućnost da obide najpoznatije znamenitosti Crne Gore, da se upozna sa načinom života ljudi našeg podneblja, da prisustvuje brojnim festivalima i manifestacijama koje se organizuju u njihovu čast, što sve ima obostrani značaj i uticaj kako za savremene turiste tako i za lokalno stanovništvo. Turizam je značajna privredna grana naše zemlje, koja se ubrzo razvija i doprinosi da život ljudi na ovim prostorima bude ljepši, prijatniji, bogatiji i kulturno raznovrsniji.

LITERATURA

1. Božović R., Iskušenje slobodnog vremena, Čigoja, Beograd, 1997.
2. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S., Tourism principles and practices, Pearson Ltd., 2005.
3. Duletić V., Budvanski turizam i održivi razvoj, NU Budvanski kulturni identitet, Budva, 2011.
4. Dulčić A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, Ekokom, Split, 2002.
5. Elaković S., Sociologija slobodnog vremena i turizma, Savremena administracija, Beograd, 1991.
6. Elaković S., Sociologija slobodnog vremena i turizma, Centar za izdavačku djelatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2006.
7. Jovanović V., Tematski turizam, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2013.
8. Kesar O., Specifični oblici turizma kao nositelji održivog razvoja destinacije, Školska knjiga, Zagreb, 2003.
9. Koković D., Dragičević M., Sociologija kulture, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Podgorica, 2012.
10. Kotri Z., Dragičević M., Sociologija, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Podgorica, 2013.
11. Nikić S., Odabrana poglavlja iz socijalne etike, Fakultet za pomorstvo, Kotor, 1990.
12. Nikić S., Sociologija turizma i održivi turizam, Fakultet za mediteranske poslovne studije, Tivat, 2012.
13. Nikolić M., i Bakić O., Osnove turizma i hotelijerstva, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva Beograd, Beograd, 1996.
14. Petrić L., Osnove turizma, Ekonomski fakultet - Split, Split, 2006.

15. Pasinović M., Osnovi turizma, Univerzitet Crne Gore, Podgorica, 1998.
16. Plavša J., Ćetković V., Ivanović N., Priručnik za tematski turizam sa primjerima dobre prakse, Turistička organizacija opštine Bar, Bar, 2014.
17. Pasinović M., Religiozni turizam između socijalne i ekonomske kategorije „Turizam“, Zagreb, 1991.
18. Pasinović M., Menadžment prirodnih i kulturnih resursa, Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu Bar, Bar, 2006.
19. Rajak B., Sportsko – rekreativni sadržaj u razvoju turizma sa posebnim osvrtom za područje Crne Gore, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2014.
20. Ratković R., Razvoj hotelijerstva u Crnoj Gori - geneza, stanje i perspektive, Budva, 2009.
21. Uskoković, B., Marketing – menadžment u turizmu Crne Gore, Ekonomski fakultet-Institut za društveno-ekonomska istraživanja , Podgorica., 2000.
22. Vukčević M., Menadžment globalne i nacionalne ekologije, Kopicentar – Igalo, Herceg Novi, 2011.

Ostali izvori:

23. Monografija „Crna Gora – ekološka država“, Unireks, Podgorica, 1996.
24. Eco Lodge koncept u Crnoj Gori.
25. Zakon o turizmu, „Sl. List Crne Gore“, br.61, 2010.
26. Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014 - 2020 .godine, Ministarstvo ekonomije, Podgorica, 2014.
27. Nacionalna strategija održivog razvoja Crne Gore – UNDP., Ministarstvo zaštite životne sredine i uređenje prostora, Podgorica, 2006.
28. Strategija razvoja turizma Crne Gore do 2020.godine, Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, Podgorica, 2008.

29. Program razvoja kulture 2016 – 2020., Ministarstvo kulture, Cetinje, 2016.

30. Istraživanje posjetilaca turista u Crnoj Gori 2010.

Internet izvori:

31. <http://www.ef.uns.ac.rs/Download/ekonomika-turizma>.

32. <https://sr.wikipedia.org/wiki/>.

33. <https://www.montenegro.travel/objekti/nacionalni-park-lovcen>.

34. <http://www.panacomp.net/nacionalni-park-lovcen/>.

35. <http://www.bjelasica-komovi.me/wp-content/uploads/2015/01/Strategija-razvoja-turizma-Crne-Gore-do-2020.-godine-1.pdf>.

36. <https://www.google.com/search?q=kulturni+turizam+u+crnoj+gori&oq=kulturni+turiza&aqs=chrome.2.0j69i57j0l4.5028j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>.

37. <https://www.monstat.org/cg/>

38. http://www.montenegrina.net/pages/pages1/istorija/odcrnojevica_dopetrovica/razvitak_crnogorskog_plemskog_drustva.htm.

39. <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2217-8821/2016/2217-88211609008A.pdf>:<http://www.hotelkostas.com/sr-cs> .

40. <http://www.booking.me/vijerski-turizam-u-crnoj-gori.aspx>

41. <https://waytomonte.com/rs/p-991-cathedral-of-saint-tryphon>

POPIS SLIKA:

SLIKA 1. DURMITOR.....	19
SLIKA 2. LOVĆEN	20
SLIKA 3. PROKLETIJE	21
SLIKA 4. BIOGRADSKA GORA	22
SLIKA 5. SKADARSKO JEZERO	22
SLIKA 6. SKADARSKO JEZERO	24
SLIKA 7. LIPSKA PEĆINA IZVOR:	27
SLIKA 8. ŽENSKA PLAŽA	29

SLIKA 9. VELIKA PLAŽA ULCINJ	30
SLIKA 10. TRAVA SA RUMIJE	31
SLIKA 11. PORTO MONTENEGRO.....	33
SLIKA 12. LUŠTICA BAY	33
SLIKA 13. KANJON NEVIDIO	36
SLIKA 14. KOTORSKI KARNEVAL	39
SLIKA 15. PRAZNIK MIMOZE HERCEG NOVI	39
SLIKA 16. GOSPA OD ŠKRPJELA	41
SLIKA 17. KATEDRALA SVETOG TRIPUNA	42
SLIKA 18. KOTORSKI BEDEMI.....	43
SLIKA 19. STARA MASLINA	43
SLIKA 20. MANASTIR OSTROG.....	47
SLIKA 21. CETINJSKI MANASTIR.....	48
SLIKA 22. MANASTIR MORAČA	49
SLIKA 23. ĐURĐEVI STUPOVI	49
SLIKA 24. HOTEL LOKANDA CETINJE	60
SLIKA 25. IZGLED PANSIONA NA ZELENOJ PLAŽI.....	61
SLIKA 26. HOTEL BOKA	
SLIKA 27. SVETI STEFAN	63
SLIKA 28. HOTEL „VARDAR“ KOTOR.....	65
SLIKA 29. HOTEL „SPLendid“ Bečići	66
SLIKA 30. BUDVA	74

POPIS TABELA:

OBLICI TEMATSKOG TURIZMA.....	16
NAZIV TABELE	25
ISTRAŽIVANJE POSJETILACA TURISTA U CRNOJ GORI 2010.GODINE	80

POPIS GRAFIKA:

NOĆENJA TURISTA U KOLEKTIVNOM SMJEŠTAJU U CRNOJ GORI, 2010-2018.	77
ISTRAŽIVANJE POSJETILACA TURISTA U CRNOJ GORI 2010.GODINE	78
ISTRAŽIVANJE POSJETILACA TURISTA U CRNOJ GORI 2010.GODINE	79
ISTRAŽIVANJE POSJETILACA TURISTA U CRNOJ GORI 2010.GODINE	80