

**FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE
TIVAT**

Dubravka Koparan

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

SPECIJALISTIČKI RAD

Tivat, 2016

Fakultet za mediteranske i poslovne studije – TIVAT

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

SPECIJALISTIČKI RAD

Predmet: Marine i nautički turizam

Mentor: doc. Dr Predrag Sekulić

Student: Dubravka Koparan

Smjer: Nautički turizam i upravljanje marinama

Broj indeksa: S51/14

Tivat, Jun 2016

S a d r ž a j

Uvod	5
1. Istoriski elementi razvoja nautičkog turizma u Crnoj Gori i svijetu	6
2. Pojam i mjesto nautičkog turizma u savremenom turizmu	9
3. Činioci razvoja nautičkog turizma	11
.....3.1. Činioci razvoja nautičkog turizma na strani potražnje	11
.....3.2. Činioci razvoja nautičkog turizma na strani turističke ponude	12
.....3.3. Ponuda privatnih, rekreativnih i drugih sadržaja usluga	12
4. Ekonomski znacaj nautičkog turizma	13
.....4.1. Direktni i indirektni uticaj nautičkog turizma	13
.....4.2. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje luka nautičkog turizma	14
.....4.3. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje i razvoj uslužnih djelatnosti	14
.....4.4. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje brodske industrije	14
.....4.5. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje i razvoj brodogradilišta i remontnih preduzeća	15
.....4.6. Posredni uticaj nautičkog turizma	15
5. Vrste nautičkog turizma	16
.....5.1. „Veliki“ ili brodski nautički turizam	17
.....5.2. „Mali“ nautički turizam	17
.....5.3. Nautički turizam u iznajmljenim plovilima	18
6. Nautički turizam u Crnoj Gori	19
.....6.1. Prirodni resursi	20
.....6.2. Društveni resursi	21
.....6.3. Konkurentnost crnogorskog nautičkog turizma	22
.....6.4. Privredni značaj i slabosti u razvoju nautičkog turizma	23
7. Naziv, pojma, vrste i uloga marina u razvoju nautičkog turizma	23
8. Iskazivanje, mjerjenje i analiza uspješnosti poslovanja marine	25
.....8.1. Prihodi, troškovi (rashodi) i poslovni rezultat marine	25

.....	8.1.1. Poslovi i zadaci luka nautičkog turizma
.....	8.1.2. Troškovi poslovanja luka nautičkog turizma
9. Kategorizacija objekata nautičkog turizma	26
10. Kvantitativni pokazatelji poslovanja luka nautičkog turizma	31
11. Kvalitativni pokazatelji poslovanja luka nautičkog turizma	32
12. SWOT analiza internih resursa	32
13. Koncept upravljanja održivim razvojem	34
14. Repozicioniranje proizvoda nautičkog turizma i strateški pravci razvoja	35
15. Zaključak	38
16. Literatura	40

Uvod

Crna Gora je Mediteranska zemlja i kao takva pokušava zauzeti značajno mjesto na mapi nautičkog turizma južne Evrope. Zbog svog povoljnog geografskog položaja polako zauzima vodeće mjesto i postaje značajni konkurent susjednim destinacijama. Nautički turizam u mnogim elementima ponude kvalitetom nije dostigao nivo vrijednosti kulturnog ni prirodnog nasleđa, kao ni prostorne šanse razvoja.

More, kao utočište nemirne civilizacije, kao najveći i najznačajniji biotropni činitelj na zemlji i kao bogat izvor različitih elemenata za održavanje i obnovu života, oduvijek je privlačio ljudе i uвijek ih je iznova fascinirao svojom ljepotom, snagom, veličinom, grandioznošću, nepokorivošću i izazovom. Nautički je turizam turistički fenomen koji se u posljednjih dvadesetak godina vrtoglavо razvija ostvarujući fizičke i finansijske rezultate kakve u kontinuitetu ne ostvaruje nijedna druga djelatnost. Nautički turizam je specifičan oblik modernih turističkih kretanja i jedan od najekspanzivnijih oblika turističke rekreacije. Kako je čovjek sve brže i uspješnije savladavao prirodne prepreke na moru zahvaljujući razvoju nauke i tehnologiji u oblasti pomorstva, tako su se sve više stvarale osnovne pretpostavke za razvoj nautičkog turizma.

Ovaj oblik turizma je privukao ogromnu pažnju u cijelom svijetu te se sa sigurnošću smatra jednim od novih i neprocjenjivo važnih segmenta turizma. Čisto more, ljepota i razvuđenost Jadranske obale te prirodne ljepote, predstavljaju najvredniji dio i polaznu tačku razvoja nautičkog turizma. Jadranska obala sa svojim bezbrojnim uvalama, plažama, zalivima, lučicama te mnogobrojnim marinama predstavlja raj za nautičare. Prirodna raznolikost obale omogućava odmor i boravak u raznolikom okruženju. Prosječna temperatura mora zimi je 5°C , a ljeti od 22 do 27°C . Na ostrvima prevladava mediteranski tip klime s toplim i suvim ljetima te blagim i umjereno kišovitim zimama. Srednja godišnja temperatura zraka iznad Jadranu iznosi 17°C , a s prosječnih oko 2.600 sunčanih sati godišnje, Jadran i ostrva u njemu spadaju među najvedrije i najsunčanije dijelove Europe.

Osnovno načelo upravljanja razvojem nautičkog turizma je načelo održivog razvoja koje podrazumijeva uzajamnu spregu između očuvanja prirodnog prostora i razvoja privrede. Najveća prijetnja održivom razvoju nautičkog turizma je sve veća potražnja za vezovima na Sredozemlju i nekontrolisan razvoj vezova pod uticajem neravnomernog odnosa ponude i tražnje. Polazeći od navedenog i činjenice da je nautički turizam specifičan oblik turizma po svojim specifičnim obilježjima potrebno je izraditi studiju razvoja koja bi obuhvatila sve pojavnne oblike, elemente i učinke nautičkog turizma u Crnoj Gori.

Pod pojmom „nautički turizam“ obuhvaćena su sva rekreativna putovanja i ona u cilju razonode, koja se preduzumijevaju na moru, bilo velikim brodovima za krstarenja bilo jahtama na motorni pogon ili na jedra, ukoliko su opremljeni kabinama za noćenje. Evropski potencijal za krstarenja procjenjuje se na 2–3% ukupnog stanovništva. Tu se najčešće radi o starijim i materijalno bolje stojećim ljudima u dobi iznad 40–50 godina. Sa ekonomskog aspekta, nautička lokacija ima korist od pristanišnih taksi, troškova koji se plaćaju na ime organizacije izleta, izdataka za manje obroke i suvenire, kao i od svih usluga koje su povezane sa krstarenjem. Od velikog je značaja i uticaj reklame koju ovakav luksuzni brod za krstarenja pravi za čitav region. Ono što predstavlja izvjesno opterećenje jeste činjenica da su najvažnije znamenitosti na ovaj način sporadično posjećene, a kad jesu, oko njih se stvara velika gužva zbog okupljanja velikog broja ljudi odjednom.

Dvije crnogorske luke atraktivne su za luksuzne brodove za krstarenja: Kotor zbog svog statusa koji mu je pripisao UNESCO, svog pejzaža i kulturnih vrijednosti, i Bar kao polazište za dnevne izlete do Skadarskog jezera i Cetinja. Za svaku destinaciju, a posebno za Crnu Goru, zemlju sa ograničenim kapacitetima nosivosti, mnogo važnije je da privuče jahte jedrilice, nego velike brodove cruisere, kako zbog većih prihoda, tako i zbog manjeg opterećenja infrastrukture i životne sredine. „Nautički turizam“ ne može da bude shvaćen kao sinonim za vodene sportove, bez obzira što upravo putovanje jahtom na jedra posjeduje istaknuta sportska obilježja. U vodene sportove ubrajaju se sve sportske aktivnosti koje su povezane s vodom. One najčešće podrazumijevaju postojanje sportske baze na kopnu i obavljaju se tokom dana. U njih se ubrajaju: jedrenje, vožnja kajakom, veslanje, surfovanje, ronjenje sa ronilačkom opremom (scuba-diving), ronjenje samo sa maskom (snorkeling), iznajmljivanje čamaca, obuka za sportove na vodi itd. Razvoj nautičkog turizma Crne Gore, između ostalog, prepostavlja i modernizaciju postojećih, kao i izgradnju novih marina, a sve u skladu sa Prostornim planom države, odnosno Prostornim planom posebne namjene za korišćenje morskog dobra.

1. Istoriski elementi razvoja nautičkog turizma u Crnoj Gori i svijetu

Već u starom vijeku nalazimo na brojne zapise o pomorskim putovanjima. Spomenimo poznato Homerovo putovanje opisano u epu „Odiseja“ koji, vraćajući se iz Trojanskog rata

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

doživljava čitav niz pustolovina. Središte pomorstva tog vremena je sredozemlje i Grčka. Pored toga valja istaći da postoje podaci o veslačkim takmičenjima u okviru raznih svetkovina na vodi u antičkoj Grčkoj, Rimu, Egiptu, Kini itd. Početkom novog vijeka iskustva pomorstva od antičkog preuzimaju Arapi i prenose u Španiju.

Kasnije se italijanski gradovi, posebno Genova i Venecija javljaju kao pomorske sile na sredozemlju. Poznata su razna veslačka takmičenja koja su se osim na Sredozemlju brzo proširila u Engleskoj. Na Temzi je oko 1500. godine bilo više od 3200 ovlašćenih lađara koji su čamcima na vesla prevozili putnike i robu. Prvo zabilježeno veslačko takmičenje na Temzi održano je 1715. godine. Ta tradicija održala se i do danas. Tradicija veslačkih takmičenja studenskih klubova u Engleskoj datira iz 16. i 17. vijeka.

U vrijeme velikih otkrića težište pomorstva pomaklo se iz sredozemlja u Portugal, gdje iz sredine 15.vijeka datiraju i prve pomorske karte sa detaljnim upustvima za plovidbu na tada poznatim područjima svijeta. Magellan na put oko svijeta kreće 1519.-1522. godine koristeći kartu svijeta koju je 1515. godine napravio Leonardo da Vinci. Pronalaskom štampe već u drugoj polovini 15. i 16.vijeka štampani su i brojni priručnici iz pomorstva. U vrijeme naučnih putovanja poznatog moreplovca, istraživača i avanturiste Engleza J. Cooka 1779. godine, u pomorstvu su se počele koristiti savrme metode navigacije koje su kasnije samo usavršavane pojmom novih tehnoloških otkrića. Prva trans okeanska krstarenja koja se ujedno mogu i smatrati i pretečem savremenog nautičkog turizma zabilježena su krajem 18. vijeka. Godine 1866. Amerikanci Hudson i Fitchem prešli su Atlantik za 38 dana, a 1870. godine Dubrovački kapetan Niko Primorac prvi je jedrilicom prešao iz Europe u Ameriku. Šest godina kasnije jedan ribar iz Amerike je na brodu od 6 metara doplovio do Evrope.

Znatno jači izazovi bili su putovanja oko svijeta. Tako je npr. Amerikanac kapetan J. Slocum 1895. godine prvi sam plovio sportskom jedrilicom „Spray“ dužine 11.2 m oko svijeta. Ovo putovanje dugo 46 000 NM trajalo je nešto više od 3 godine i dalo veliki podsticaj razvoju nautičkih sportova i okeanskim krstarenjima. Nakon toga je Slocum plovio po Karibima, a 1908. godine izgubio mu se svaki trag kod Bahama. Drugi Amerikanac, H. Pidgeon uputio se na put oko svijeta 1921. godine brodom dužine 10.5 metara. Putovanje je trajalo četiri godine. Veći dio pomorske istorije Crne Gore vezuje se za Boku Kotorku koja je kulturni epicentar Crne Gore. Pored prirodnih ljepota koje su brojni pjesnici opjevali, poput Alekse Šantica u pjesmi "Boka", u njoj možete vidjeti brojne kulturno istorijske spomenike. Boka se može uzeti kao jedinstvena kulturna cijelina. Kada govorimo o naslijedima ona su galerije i arhivi na otvorenom u kojima možemo pronaći ostatke desetina civilizacija koje su prošle ovim prostorima.

Duhovni život Boke je duboko razvijen. Ogroman broj ljudi iz ovog kraja već je tokom Srednjeg vijeka boravio na italijanskim univerzitetima, posebno padovskom. Srednjevjekovno umjetničko stvaralaštvo ogledalo se prvenstveno kroz pjesništvo Bernarda Pime, Ludviga Paskvalija i Ivana Bolice. Brojni su liričari i humanistički pjesnici, te se ova književnost smatra jednom od najplodnijih u Evropi. Saloni kotorskih vlastelina bili su okupljališta ljubitelja umjetnosti. Slikarstvo, kojim dominira Tripo Kokolja iz Perasta posebno je dostiglo vrhunac tokom Baroka. Rad na freskoslikarstvu i ikonografiji dostigao je vrhunac u djelima

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

porodice Dimitrijević-Rafailovic iz Perasta. Ponos čitave Boke, i na jedan način nosioci kulture u njoj, bili su pripadnici Bokeške mornarice. U ovoj bratovštini isticali su se matematičari, nautičari, pisci, kartografi i graditelji, a u pitanju su i osnivači Pomorskog muzeja. Najsłavniji kotorski pomorac i kapetan je neizostavno Ivo Vizin koji je 1852 godine krenuvši na uobičajno trgovačko putovanje, svojim omanjim jedrenjakom "Splendido" napravio najveći pomorski poduhvat XIX vijeka, oplovivši svijet.

Ivo Vizin bio je samo jedan iz cijelog niza proslavljenih bokeljskih kapetana koji su plovili gotovo svim svjetskim morima. Osim njega svakako postoje i brojne druge istaknute ličnosti iz istorije ovog grada, ali pominjemo njega samo kao reprezenta bogate kotorske istorije. Centar ne samo crnogorskog već i regionalnog kulturnog dejstva jeste grad Kotor. Uzmimo ga za prestonicu bokokotorske kulture. Prolazeći ovim gradom ostaćete zadržani brojnim crkvama, katedralama, i raznim drugim građevinama iz ranog srednjeg vijeka koje su i danas jako dobro očuvane. Članom 29 Berlinskog ugovora o miru iz 1879. godine Bar sa svojim područjem dodijeljen je Crnoj Gori. Navedenim članom je Austro-Ugarska dobila pravo da svojim malim obalnim brodovima vrši pomorsko-zdravstvenu policijsku službu u luci Bar i crnogorskim vodama. Naknadnim sporazumom dodijeljen joj je i Ulcinj sa područjem do Bojane (26.11.1880), kada se navedeno pravo proteglo na uvalu Valdanos, Ulcinj i Primorje do ušća Bojane. Dakle, nakon oslobođenja od 1878. godine Crnogorsko primorje je, kao i crnogorsko područje Skadarskog jerzera, u pomorskom i brodarskom pogledu potpadalo pod kompetenciju Ministarstva unutrašnjih djela na Cetinju. Vojvoda Mašo Vrbica, koji je kao ministar stajao na čelu ovog Ministarstva, odmah je poradio da pri Ministarstvu osnuje Odjeljenje za pomorske i brodarske poslove. Pri Kapetanstvu luka na Pristanu za pomoćnika kapetana luka bio je 1879. godine postavljen Vaso Paprenica kojeg je ministar Vrbica namjeravao imenovati za upravitelja Pomorskog odjeljenja. Ali se iste godine Paprenica teško razbolio i vratio kući u Risan. Za Crnu Goru se pitanje osnivanja Pomorskog odjeljenja na Cetinju postavljalo kao neodložna potreba. Knez Nikola poslije Paprenice smrti je tažio osobu od povjerenja, koja bi vodila poslove pomorstva i brodarstva. Poslije rusko-turskog rata 1880. godine bio je, s parobrodom ruske Dobrovoljne flote „Sv. Đorđe“, došao pod Pristan kapetana Slava Đurkovića iz Risna koji se istim brodom bio vratio u Odesu, a nakon toga, na poziv kneza Nikole, stupio je u crnogorsku pomorsku službu. Godine 1882. godine bila je pri Ministarstvu unutrašnjih djela na Cetinju osnovana „Kneževska crnogorska kancelarija pomorskog odjeljenja“ kraće „Kancelarija pomorskog odjeljenja“ na čelu koje se nalazio kapetan Slavo Đurković.



Slika 1. Istorijске karte Boke Kotorske, Izvor:<http://www.bestofboka.com>

2. Pojam i mjesto nautičkog turizma u savremenom turizmu

Okeani, mora, jezera i rijeke nisu samo, ogromna vodena prostranstva koja zauzimaju preko 72% ukupne zemljine površine, već jedan od bitnih elemenata ljudske egzistencije. Na obalama mora i uz rijeke (Nil, Eufrat, Tigris i dr.) nastala su prva ljudska naselja i razvile se najstarije kulture. Do uspostavljanja kopnenih puteva, more je predstavljalo jedinu prometnu vezu među narodima. U zemljama koje je priroda obdarila atraktivnim obalama mora i jezera, te rijekama pogodnim za sportska takmičenja i rekreativnu plovidbu, u posljednje se vrijeme razvija nautički turizam kao nova vrsta turizma. Te blagodati najbolje su osjetile države na obalama Mediterana, Kariba i Australije, gdje je posebno izražen turistički promet, u okviru kojeg, značajan dio predstavlja nautički turizam. Nautički turizam ili „turizam na vodi“, kako ga pojedini autori nazivaju, nastao je kao masovni fenomen nakon Drugog svjetskog rata.

U praksi su prisutni i drugi nazivi za ovu, posebnu, vrstu turizma, kao što su: maritimni, primorski i jahting turizam, zabavna navigacija, pomorsko-sportska plovidba i drugi. Sam naziv „nautički turizam“ upućuje i podsjeća na temeljni sadržaj i način zadovoljavanja turističkih potreba učesnika ove vrste turizma, pa ima određenu prednost u odnosu na druge nazine. Pod pojmom „nautički“ podrazumijeva se ne samo plovidba i kretanje, već i stacionirano mirovanje i boravak u nekoj marinu, luci, lučici i sl. Sama činjenica da se turistička potreba može zadovoljiti jedino pomoću odgovarajućeg plovila, predstavlja specifičnost koja ovaj vid turizma izdvaja iz „opštег turizma“, kao njegovu posebnu vrstu. Terminološka oznaka „nautički“ za ovu vrstu turizma, potiče od grčke riječi *nutas* (mornar) a označava vještina navigacije, nauku o pomorstvu.

Po današnjem shvatanju to je ustvari posebna vrsta turizma koji se temelji na rekreativnim sadržajima vezanim za plovidbu na morima jezerima i rijekama. Sam se pojam, nautički turizam, može definisati na više načina. Najbitnije je da se definicijom istakne njegovo značenje za odmor i rekreaciju pomoću korišćenja sportskih brodova ili tzv. „male flote“. Interesantna je definicija A. Turine koji pod nautičkim turizmom podrazumijeva putovanja morem i to slijedećim prevoznim sredstvima:

- a) jahtama, jedrilicama, skuterima i sportskim čamcima
- b) putovanje brodovima, koje organizuju obalske linijske službe ili kružna putovanja
- v) teretnim brodovima koji primaju i određeni broj putnika
- g) posebnim plovilima za krstarenje, za jedrenje, za ribolov i ostale turističke razonode na vodi, od izleta i šetnja do priredbi specifičnog karaktera sa raznovrsnim programima koji se izvode na moru.

Pod nautičkim turizmom podrazumijeva se ukupnost aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma i plovidbom na sopstvenim,

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

iznajmljenim i tuđim plovnim objektima, radi rekreacije, sporta i razonode. Nautički turizam¹, u odnosu na kupališni i druge vrste turizma, uglavnom se, razlikuje po specifičnim uslugama, koje se turistima-nautičarima pružaju u lukama nautičkog turizma i plovnim objektima. Turističke usluge u nautičkom turizmu su:

1. iznajmljivanje veza uz uređenu i djelimičnu ili potpuno zaštićenu obalu za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima;
2. iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreativnu (charter, crusing i sl.);
3. usluge skipera;
4. prihvat, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu u moru, i suvom vezu na kopnu usluge snabdijevanja nautičara sa strujom, plinom, vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim djelovima, opremom i sl.;
5. uređenje i pripremanje plovnih objekata;
6. davanje različitih informacija nautičarima kao što su vremenska prognoza, vozni redovi, podaci o kulturno-istorijskim spomenicima i raznim priredbama i manifestacijama, škole jedrenja, obuka za skipere i voditelje čamaca i sl.;
7. ostale turističke usluge za potrebe nautičkog turizma (iznajmljivanje sportskih terena, pribora i opreme za kupanje i skijanje na vodi, suncobrana i ležaljki, zdravstvene usluge, organizacija sportskih, kulturnih priredbi i manifestacija i sl.);

Nadzor i kontrolu nad pravnim fizičkim osobama koje pružaju nautičko-turističke usluge u Republici Crnoj Gori vrši Ministarstvo saobraćaja i pomorstva kao i JP Morsko dobro.

¹ Luković, T.(2007), “Nautical tourism Definitions and dilemma”, Split

3. Činioci razvoja nautičkog turizma

Za nastanak i razvoj nautičkog turizma u nekoj zemlji, užem ili širem području ili regiji, moraju postojati odgovarajući činioci, i to, kako na strani potražnje, tako isto na strani ponude.

3.1. Činioci razvoja nautičkog turizma na strani potražnje

Nautički turizam kao i drugi oblici turističkog prometa javlja se u trenutku kada za to postoje društveni, ekonomski i tehničko-tehnološki uslovi. Dinamika njegovog razvoja je usko povezana uz niz endogenih i egzogenih činioca. Na razvoj nautičkog turizma u nekoj zemlji, osim činitelja koji utiču na razvoj turizma, presudni su i posebni činioci. Posebni činioci se mogu razvrstati u tri temeljne grupe, kao što su:

Činioci proizišli iz određenog nivoa razvoja privrede:

Činioci proizišli iz određenog nivoa razvoja turizma:

Činioci proizišli iz određenog nivoa razvoja društva u širem smislu:

Nautički turizam, kao oblik turističke potražnje, a i ponude, logična je posljedica sveukupnog privrednog razvoja u svijetu. Analizirajući privredni razvoj, kao činioca turističkog razvoja nautičkog turizma, može se zaključiti da je njegov uticaj višestruk. S jedne strane, privredni razvoj uslovjava stvaranje slobodnih finansijskih sredstava za kupovnu plovila i slobodnog vremena za plovidbu, što je temeljna prepostavka za nastanak nautičko-turističke potražnje. S druge strane, povećanjem industrijalizacije, urbanizacije i zagađenja životne sredine, što sve uslovjava privrednim razvojem, popraćeno je, ne samo većim intenzitetom rada na radnom mjestu, nego većim ili manjim stepenom psihološkog stresa i raznih drugih oboljenja. Psihološki stres i druge psihofizičke i zdravstvene teškoće koje izaziva privredni razvoj, moguće je, ako ne otkloniti, onda bar ublažiti promjenom mjesta boravaka, pri čemu, nautički turizam ima posebno značenje.

Tehnološki razvoj, kao sastavni dio ukupnog privrednog razvoja, posebno, utiče na razvoj nautičkog turizma kroz nove materijale, tehnologije i metode građenja plovila, ekološke pokrete itd. Pojavom plastičnih masa i novih metoda građenja, plovila za sport i razonodu su postala jeftinija i pristupačna za sve šire slojeve društva. Ranije su bila dostupna, samo uskom krugu bogatih ljudi. To je stvorilo prepostavke za nastanak i dinamičan razvitak nautičkog turizma.

Jedna od osnovnih determinanta razvoja nautičkog turizma jeste postojanje i razvoj turizma uopšte, kao svjetskog procesa masovnih migracija i zadovoljenja određenih turističkih potreba putem brodarenja, radi odmora i razonode. Put razvoja nautičko-turističke potražnje je toliko

dug i mukotrpan koliko i ulazak pojedinog društva ili nacionalne zajednice u krug visokorazvijenih zemalja.

Činjenica je, nautički turizam, bez obzira na konstantnu stopu rasta, još uvijek nema masovni karakter u svjetskim razmjerima. On je privilegija srednje i više klase. Međutim, u posljednje vrijeme prisutna je tendencija njegovog širenja i na nižu-srednju klasu. Zato, treba usmjeriti istraživanja u smjeru buduće turističke potražnje, kako bi se mogla formirati adekvatna nautičko-turistička ponuda.

3.2. Činioci razvoja nautičkog turizma na strani turističke ponude

Dok činioci potražnje utiču na stvaranje potreba, činioci ponude uslovljavaju da se te potrebe ostvare. Primjena ovih postavki na razvoj nautičkog turizma govori da nisu dovoljna samo odgovarajuća slobodna novčana sredstva za kupnju plovila, psihofizička potreba da se plovi, moda da se plovi, tehnološki napredak u gradnji plovila, fond slobodnog vremena za plovidbu, stepen razvoja turizma i slično, već i turistička ponuda koju obuhvataju kako prirodne i antropogene atraktivne vrijednosti, tako i ponuda odgovarajućih nautičko-turističkih privatnih, rekreativnih i drugih sadržaja i usluga.

3.3. Ponuda privatnih, rekreativnih i drugih sadržaja usluga

Prisustvo prirodnih uslova na nekom području ima važnu ulogu pri formiranju nautičko-turističke ponude. Ponuda privatnih, rekreativnih i drugih sadržaja, sredstava i usluga omogućava boravak i plovidbu nautičarima izvan mjesta boravka. U nautičko-turističku ponudu spadaju gotovo sve privredne djelatnosti i razne neprivredne aktivnosti, koje učestvuju u formiranju nautičkog proizvoda.



Slika 2. Porto montenegro, Izvor: <http://www.portomontenegro.com/>

4. Ekonomski značaj nautičkog turizma

Turizam brzo i nepovratno mijenja ekonomsku i socijalnu sliku svijeta. Prema istraživanjima doprinos turizma u bruto-nacionalnom proizvodu u turističkim zemljama iznosi od 6 do preko 10%. Turistički fenomen² (kao i nautičko-turistička plovidba) već je davno transformisan u ozbiljnu društveno-ekonomsku djelatnost, koja zadire gotovo u sve pore društveno ekonomskog života pojedinih područja. Pomoću nautičkog turizma, koriste se i naplaćuju prirodne atraktivnosti i drugi raspoloživi nautičko-turistički resursi. Kroz nautičko-turističko tržište potražnje, podstiče se razvoj drugih privrednih grana i djelatnosti. Dolaskom i boravkom nautičara u akvatorijumu i marinama, brojna inače neprivredna dobra i djelatnosti recepcija zemlje pretvaraju se u izdašne privredne resurse koji bez nautičkog turizma ne bi uopšte ili bi u znatno manjem obimu bili komercijalizovani. Kroz potrošnju nautičara (posebno inostranih) ostvaruju se brojni neposredni i posredni učinci na pojedine privredne subjekte i na privredu zemlje u cjelini.

4.1. Direktni i idirektni uticaj nautičkog turizma

Neposredne ili direktne koristi od potrošnje nautičara imaju privredni subjekti koji neposredno prodaju proizvode ili usluge nautičarima, kao što su:

-luke nautičkog turizma, koje prodaju nautičko-turističke usluge nautičarima, turističko-ugostiteljska i trgovačka preduzeća, uslužne radnje i drugi subjekti koji pružaju usluge nautičarima kao što su brodogradnja i brodska preduzeća, te trgovačke radnje koje proizvode i prodaju plovila, vrše njihov remont i popravke, servisiraju i održavaju plovila nautičara i pružaju druge različite usluge.



Slika 3. Porto montenegro, Izvor: <http://www.portomontenegro.com/>

² Haden, L.(2007.), Spa Tourism International, Travel and Tourism Analyst, No. 9, Mintel, London

4.2. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje luka nautičkog turizma

Savremena marina je temeljni oblik luke nautičkog turizma. Ona je vrlo kompleksan objekt nautičko-turističke receptive, u kojoj se nautičarima nudi i realizuje čitav niz usluga, nautičkog, sportskog, rekreativnog i zabavnog karaktera. Kapital uložen u izgradnju marina ima veću stopu profitabilnosti od onog uloženog u druge vrste turizma. U lukama nautičkog turizma pružaju se brojne nautičko-turističke usluge kao što su: usluge veza za plovila sa snabdijevanjem vodom, prodajom goriva i električne energije, održavanje i servisa plovila, usluge iznajmljivanja plovila i posredovanja u njihovoj prodaji, usluge škole jedrenja i obuke za skipere i voditelje čamaca, usluge davanja vremenskih prognoza i raznih informacija nautičarima, usluge telefona teleks, te prodaja suvenira i bescarinske robe te razne druge usluge. Najpovoljniji efekti od nautičkog turizma postižu se u organizovanom charteru, tj. iznajmljivanjem brodova nautičarima kojima više odgovara plovidba u iznajmljenom nego u vlastitom plovilu.

4.3. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje i razvoj uslužnih djelatnosti

U nautičkom turizmu realiziraju se brojne ugostiteljske, trgovinske, zanatske i druge slične usluge. To stimulativno djeluje na razvoj turističke, ugostiteljske, trgovinske, frizerske i drugih djelatnosti, koje su nužne za zadovoljavanje potreba nautičara. Zato se u lukama nautičkog turizma otvaraju brojni ugostiteljski i trgovinski objekti i različite radnje. U lukama nautičkog turizma treba organizovati trgovačku mrežu koja je u stanju kvalitetno opremiti nautičare potrebnim prehrambenim i higijenskim artiklima, ako što su: hleb, mlijeko, mliječni proizvodi, povrće, voće, voćni sokovi, meso, riba, sapun deterdženti, paste za zube, štampa i drugi proizvodi i razne potrebštine.

4.4. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje brodske industrije

Nautički turizam može povoljno uticati na razvoj brodograđevnskih preduzeća (posebno male brodogradnje), industrije i zanata, ukoliko su u funkciji proizvodnje i održavanja plovila i opreme za potrebe nautičkog turizma. Osim prodaje plovila, sve češće se grade brodovi za charter. U posljednje vrijeme sve je veća potražnja za većim i luksuznijim plovilima, kao što su brodovi za krstarenja i izlete i luksuzno opremljene jahte. Ne zaostaje potražnja i za manjim sportskim i luksuznim čamcima, gliserima i jedrilicama (sa i bez motora). Izgradnja plovila za potrebe nautičkog turizma u odnosu na plovila za druge namjene, pokazala se daleko rentabilnijom varijantom. Tako prodajna cijena jednog kubnog metra tankera iznosi 3 000\$, a kubni metar jahte prodaje se po cijeni 30 000\$.

4.5. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje i razvoj brodogradilišta i remontnih preduzeća

Brodska preduzeća uključena u nautički turizam, u posljednje vrijeme takođe bilježe dinamičan razvoj. Tako je američka kompanija za organizaciju kružnih putovanja Carnival sa sjedištem na Floridi 1994. godine ostvarila prihod od 1.8 milijardi, od čega je, profit iznosio 380 miliona dolara. Zbog velikog broja različitih tipova plovila i pogonskih motora, javlja se potreba za velikim brojem različitih popravaka, rezervnih dijelova, boja, mašina, alata, te radnika različitih struka i specijalnosti. Pošto se većina tih radova ne može vršiti u marinama, neophodna je mala brodogradnja, kojoj se pruža šansa da se kroz izgradnju novih plovila i pružanje raznovrsnih usluga turistima-nautičarima uključi u nautičko-turističku ponudu. U vezi sa tim, mala brodogradnja nudi nautičarima velik broj različitih usluga kao što su: usluge tehničkog servisiranja plovila, kapitalne remonte, adaptaciju i rekonstrukciju plovila, intervencije nakon havarija, izvlačenje, pregledi i radove konzervisanja i tekućeg remonta, interventne servisne usluge za povremene radove u marinama ili na proizvoljnim sidrištima i vezovima i sl. Za pružanje pomoći brodovima u havariji i interventne servisne usluge za povremene radove u marinama ili na proizvoljnim sidrištima i vezovima i sl. Za pružanje pomoći brodovima u havariji i interventne popravke u lukama nautičkog turizma i prirodnim uvalama, angažuju se brodovi-radionice. Svakom je nautičaru, posebno, važno da li u mjestu u kojem želi ljetovati ima mogućnosti popravke plovila i nabavke rezervnih dijelova. U svrhu što veće konkurentnosti i uspješnije primjene novih tehnologija, neophodna je poslovna saradnja i kooperativni odnos između raznih subjekata koji učestvuju u izgradnji, popravkama i održavanju plovila.

4.6. Posredni uticaj nautičkog turizma

Za razliku od neposrednih učinaka koje poslovni subjekti ostvaruju direktnom prodajom proizvoda ili usluga nautičarima, posredne učinke koji imaju poslovni subjekti koji direktno ne prodaju usluge nautičarima, već to čine posredno. Tako npr. građevinari grade marine i druge objekte za preduzeća koja pružaju usluge veza i druge usluge nautičarima. Brodogradilišna preduzeća proizvode plovila za sport i rekreativnu i rezervne dijelove, koje prodaju nautičarima preko trgovачkih preduzeća, salona nautike i zanatskih radnji. Izgradnja marine i drugih nautičko-turističkih sadržaja može pozitivno uticati na opštu komunalnu opremljenost lokalne sredine i povećati broj i kvalitet različitih usluga. Tu se prvenstveno misli na izgradnju ili značajno poboljšanje kanalizacijske mreže, vodovoda, saobraćajnica, telefonske i električne mreže, otvaranje različitih servisa, poboljšanje kvalitete usluga u više različitih djelatnosti. Sve to može doprinijeti profilisanju turističke ponude i turističkom imidžu mjesta, odnosno užeg ili šireg područja. Isto tako, marina dobro uklopljena u postojeće urbanističke sadržaje, može biti novi element turističke atrakcije. Posebnu ulogu nautički turizam ima na području zapošljavanja radno-aktivnog stanovništva. Prema istraživanjima,

danas je gotovo svaki osmi radnik u svijetu zaposlen u turizmu ili putničkom prometu, s tendencijom povećanja tog broja.

Kvalitetan i jedino opravdan pristup istraživanju svakog tržišta, pa i nautičko turističkog je onaj, koji polaziti od potrošača, tj. nautičara kao potrošača nautičko-turističkih usluga. Nautičko-turističko tržište obuhvata nautičko-turističku ponudu i potražnju. Turistička ponuda, kao jedna strana tržišta, nudi nautičko-turističkoj potražnji, turistički proizvod, odnosno uslugu po načelu „dam da daš“. Za ovaj proizvod, nautičko turistička potražnja plaća subjektu na strani turističke ponude određenu cijenu. Prosječna potrošnja nautičara, kao pripadnika višeg i srednjeg društvenog sloja, veća je nego turistička potrošnja u klasičnom kupališnom turizmu.

Nautičko-turistička potrošnja se najčešće utvrđuje pomoću metode anketiranja i metode procjene. Metoda anketiranja se sastoji u tome da se od odgovarajućeg broja nautičara (uzorak) pomoću naprijed sastavljenog anketnog listića (upitnika) dobiju odgovori o troškovima turističkog boravka i putovanja nautičara metodom procjene. Turistička potrošnja, izračunava se na temelju statističkih podataka kao što su broj plovila u marinama, prosječan broj osoba na plovilima, prosječan broj dana boravka nautičara i prosječna dnevna potrošnja turista.

5. Vrtse nautičkog turizma

Pod uticajem ubrzanog razvoja i brzih promjena u potražnji, zadnjih se godina sve više traže posebni oblici nautičkog turizma. U razvoju nautičkog turizma stalno se javljaju novi sadržaji, koji ga obogaćuju i tendencije koje mu mijenjaju tok i strukturu. Klasični nautički turizam iščezava kao dominantna kategorija. Na njegovo mjesto dolazi savremeni nautički turizam, koji u vidu pokreta povratka prirodi, preko vodenih prostranstava, sve više postaje masovni pokret kompleksne i heterogene strukture. U složenoj i heterogenoj strukturi savremenog nautičkog turizma javlja se čitav niz elemenata drugih vrsta turizma (sportski, izletnički, zdravstveni, ribolovni, kupališni i dr.), koji uslovljava posebne vrste ili oblike nautičko-turističke djelatnosti.

U zavisnosti od činitelja ponude i potražnje na pojedinim užim ili širim područjima, mogu se razvijati novi oblici ili vrste nautičkog turizma. Postoji više kriterijuma po kojima se nautički turizam može podijeliti na određene podvrste. Najrelevantniji su veličina plovila, vlasništvo broda, motiv plovidbe i dr. S obzirom na to, dijelimo ih prema veličini plovila (veliki ili brodski nautički turizam i mali nautički turizam), prema vlasništvu plovila (nautički turizam u sopstvenom ili klupskom plovilu, nautički turizam u iznajmljenom plovilu na određeno vrijeme), prema motivu plovidbe (rekreacijski nautički turizam, sportski nautički turizam, ribolovni nautički turizam), te prema organizaciji plovidbe (nautički turizam individualnog tipa organizacije, nautički turizam grupnog tipa organizacije).

5.1. „Veliki“ ili brodski nautički turizam

Veliki ili brodski nautički turizam uglavnom se javlja u vidu: kružnih putovanja i izleta, te pružanja ugostiteljskih usluga: smještaja, prehrane, pića na brodu privezanom uz obalu na određeno vrijeme i u određenim okolnostima.



Slika 4. Brod MSC Divina, Izvor: <https://www.msccruises.com/>

5.2. „Mali“ nautički turizam

Svijest o čistoj životnoj sredini, znatno je doprinijela razvoju nautičkog turizma. U okviru nautičkog turizma vrlo važno mjesto zauzima takozvani. „mali nautički turizam“. To je sasvim novi tip pomorskog prometa s vrlo složenom morfologijom. Obavlja se u posebnim oblicima nautičkog turizma. „Mali“ nautički turizam danas je prevladavajući oblik nautičkog turizma. Karakterističan je po različitim vrstama manjih plovila kao što su: jedrilice, gliseri, jahte, čamci i druga plovila za zabavu, sport i rekreaciju. Realizira se u vidu: zabavne navigacije i sportsko-takmičarskog nautičkog turizma.

5.3. Nautički turizam u iznajmljenim plovilima

Turista-nautičar³, kao potencijalni učesnik, turističko nautičkih kretanja, može se pojaviti u nekoliko oblika ili odnosa i to u: sopstvenom plovilu i sa sopstvenom navigacijom, sopstvenom plovilu i navigacijom koju prepušta stručno osposobljenoj posadi, iznajmljenom plovilu i sopstvenom navigacijom, iznajmljenom plovilu i navigacijom koju prepušta stručno osposobljenoj posadi. U prvom i drugom slučaju, nautičar se javlja kao kupac broda za sebe i svoje potrebe. Upravlja brodom sam ili to povjerava stručnim osobama. Vlasnici plovila, najčešće u svojstvu pomoraca-amatera, više ili manje uspješno upravljaju brodom. Rjeđe to povjeravaju profesionalnoj posadi. Kada je u pitanju veći brod, zakonskim propisima se reguliše potrebna profesionalna stručnost posade koja se prilagođava veličini broda. Iznajmljivanje plovila sa vlastitom navigacijom u posljednje vrijeme doseglo je nevjerojatne razmjere.

Organizovano iznajmljivanje plovila ili charter prvi put se javlja na Azurnoj obali 1955. godine. U početku su se iznajmljivale jahte, koje su se mogle kupiti u nautičkim salonima. Posljednje vrijeme, sve češće se iznajmljuju plovila različitih vrsta, veličina i komfora. Iznajmljivale brodova vrlo je unosan posao. Prema istraživanjima prihod od 2000 iznajmljenih brodova, ekvivalent je prihodu koji se može ostvariti od iznajmljivanja veza i usluga održavanja 20.000 plovila namijenjenih za sport i razonodu. Smatra se da vrijeme povrata novca uloženog u plovilo iznosi 3-4 godine. U iznajmljenim plovilima može se ploviti slobodnim izborom mjesta plovidbe ili grupisano u floti od luke do luke pod rukovodstvom kapetana flote. Plovidba iznajmljenim plovilima u flofili karakteristična je za englesku klijentelu. Unajmiti jedrilicu ili jahtu i otploviti na otvoreno more, mogu samo iskusni pomorci koji su za to osposobljeni. Zbog niskog nivoa nautičkog obrazovanja turista nautičara, sve češće se na zahtjev unajmljivača nude skiperi. Cijena najma plovila zavisi od: dužine najma, vremenskog razdoblja u kojem se iznajmljuje plovilo, vrste, veličine i snage pogonskog uređaja plovila.

³ Leko, B.(1999.), Međunarodni marketing, Sveučilište Josipa Jurja Strossmajera, Ekonomski fakultet, Osijek

6. Nautički turizam u Crnoj Gori

Crna Gora, svojim geografskim položajem, slikovitim lukama koje odišu patinom prošlih vremena, i izuzetno interesantnom turističkom ponudom, dobro je pozicionirana za razvoj ove vrste visokog turizma.

Jedna od regata sa najdužom tradicijom, ne samo u Crnoj Gori već i mnogo šire, jeste regata „Memorijal Jugole Grakalića” započeta još od osnivanja jedriličarskog kluba „Jugole Grakalić” 1949. godine, što svjedoči o tome da se Crna Gora bavila nautikom još u prvoj polovini 20. vijeka.

Nautički turizam od nedavno je i u Crnoj Gori počeo da dobija zasluženo mjesto. Crna Gora se pozicionirala kao turistička destinacija, koja uz veliko prirodno bogatstvo i značajno kulturnoistorijsko nasljeđe može da postane lider u ovom vidu turizma. Gotovo sve mediteranske zemlje u zadnjih nekoliko godina bilježe rast broja turista koji se opredjeljuju za ovaj vid turizma.

Obala Crne Gore je idealna za razvoj nautičkog turizma, jer ima veliki broj uvala, prirodnih zaklona u slučaju nevremena i veliki broj malih mjesta unutar prirodnih luka, prostor koji je međusobno dobro povezan, blizina velikih lučkih postrojenja, na malom prostoru veliki broj benzinskih stanica za brzo snabdijevanje gorivom, ali i ostale sadržaje neophodne za razvoj nautičkog turizma (specijalizovane radnje za prodaju nautičke opreme, servis za popravku jahti, bežični internet u većem dijelu obale i dr.). Uvidjevši pomenute prednosti i značaj nautičkog turizma za razvoj privrede jedne zemlje, Vlada Crne Gore je usvojila Strategiju nautičkog turizma u kojoj je odredila tačne lokacije izgradnje marina, poslije čega je urađena klasifikacija I pripremna faza u realizaciji izgradnje marina. Radi se o veoma kvalitetnom materijalu u kom su predstavljene sedam crnogorskih marina sa svim pojedinostima, ponudama i uslugama koje pružaju. Kvalitet obale daleko je bolji od drugih nama glavnih konkurenckih država, a što potvrđuje i broj plavih zastavica na plažama i proglašenje Crne Gore ekološkom državom (Deklaracija Skupštine Crne Gore, 1991. godina, Žabljak). Osnovni ciljevi ekološke politike su: očuvanje mora, vazduha, zaštita voda kao osnovnih prirodnih resursa, jer smo svjedoci da se marine formiraju duž obale u blizini gradova i na taj način stvara se „zid” između kopna i mora. Zato je važno planiranje obale, njeno uređenje uz poštovanje granica održivog kapaciteta („Nacionalna strategija održivog razvoja Crne Gore”, Vlada Republike Crne Gore, Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, januar 2007. godine). Dužnost svake države jeste da, prije svega, zaštiti prirodne ljepote i zato bi luke nautičkog turizma trebalo pažljivo graditi i uklopliti u prostor, kako bi se što manje taj isti prostor devastirao.

Crna Gora je sebe pozicionirala i zahvaljujući nastanku prvog marina-nautičko turističkog centra “Porto Montenegro”, kao nove generacije visoko-kvalitetnih i ekološki prepoznatih marina-gradova. Uprave svih marina, uključući one u Herceg Novom, Kotoru, Tivtu, Budvi i Baru, posvećeni su daljem poboljšanju usluga i sadržaja kako bi dostigli nivo standarda u ekologiji i uslugama potrebne za Plavu zastavicu (Blue Flag) – jedan od najpoznatijih i najznačajnijih simbola kvaliteta i očuvanja okoline u svijetu. Porto Montenegro u Tivtu predstavlja početak u razvoju novog tipa i standarda marina za mega-jahte na Mediteranu – ovog puta, na Jadranu. Marine za jahting su locirane u nekim od najslikovitijih i istorijski najznačajnijih luka u regionu, poput jedinog fjorda na Mediteranu. To Crnoj Gori daje uvijek rado željenu titulu jedinstvenog predjela. Cilj ove inicijative, koju podržavaju Slovenija,

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Albanija, Grčka, Italija i Crna Gora, jeste da promoviše regiju Jadranskog i Jonskog mora sa svim kulturnim različitostima njenih luka, kao svjetski vodeću destinaciju za jahting i plovidbu, uključujući i neke od najvećih mega jahti na svijetu.



Slika 5. Porto montenegro, Izvor: <http://www.portomontenegro.com/>

6.1. Prirodni resursi

Kod nautičkog turizma, najvažniji su prirodni resursi u koje prije svega ubrajamo: klimatske uslove, geografski položaj, karakteristike obalnog područja, dubinu i prostranstvo akvatorijuma, jačinu vjetrova, temperature mora, njegovu boju i providnost, jačinu morske struje kao i plime i oseke, prirodne atraktivnosti.

Bokokotorski zaliv⁴, sastavljen od spoljašnjeg (Hercegnovskog), srednjeg (Tivatskog) i unutrašnjeg (Risansko-kotorskog) dijela, predstavlja najrazuđeniji dio obale Crnogorskog primorja. Dužina obalne linije čitavog Zaliva iznosi 105,7 km, a po pojedinim djelovima Kotorskog zaliva 25,0 km, Risanskog 12,6 km, Tivatskog 36,1 km i Hercegnovskog 32,0 km. Koeficijenat razuđenosti Bokokotorskog zaliva u cjelini je 3,62, a za pojedine djelove: Kotorskog zaliva 2,61, Risanskog 2,76, Tivatskog 3,55 i Hercegnovskog 3,63. Srednja dubina čitavog Zaliva iznosi 27,6 m, a srednje dubine po pojedinim zalivima kreću se od 27,0 m u Kotorskom, 25,7 m u Risanskom, 25,5 m u Tivatskom, do 31,0 m u Hercegnovskom zalivu. Maksimalna dubina u Kotorskom zalivu iznosi 52,0 m, u Risanskom 36,0 m, u Tivatskom 47,0 m i Hercegnovskom 60,0 m. Bitna karakteristika svih zaliva je približavanje izobate većih dubina na male udaljenosti od obale. Obzirom na to da Bokokotorski zaliv čine tri zasebne cjeline, morske struje treba analizirati za svaku cjelinu ponaosob. Strujanje u tivatskom zalivu je povezano sa Kotorskim zalivom i Hercegnovskim zalivom koji komunicira sa otvorenim morem.

Strujanje u hercegnovskom zalivu je pod uticajem plime i oseke i talasa sa otvorenog mora. Površina akvatorije Bokokotorskog zaliva iznosi 87,334 km², što čini 0,06% Jadranskog

⁴ Geografija Crne Gore, www.geografija.net

mora. Površina akvatorije spoljašnjeg i središnjeg dijela Zaliva od 63,067 km², za oko 2,59 puta veća je od površine unutrašnjeg dijela, koja iznosi 24,267 km². Morski akvatorijum Crne Gore obuhvata unutrašnje vode i teritorijalno more u širini od 12 nautičkih milja. Dužina obale je dok oko 300 km obale sa priobalnim pojasmom i gradovima i naseljima šest crnogorskih opština. Zakonom iz 1992. godine definisano je i Morsko dobro kao područje posebne namjene koje obuhvata uski kopneni pojas duž primorja, površine oko 60 km² i površinu teritorijalnog mora oko 2.500 km². U kotorsko-risanskom zalivu i tjesnacu Verige površinske struje imaju izlazni smjer sa najvećim brzinama u tjesnacu od 34 cm/s i veoma malim brzinama u perifernim dijelovima zaliva. Ukupna povrsina zaliva je 87,3 km², zapremina iznosi 2,4 x 106 km³, maksimalne dubina 60 m i prosječna 27,3 m. Salinitet vode je 28% a dužina obale iznosi 105,7 km. Boko Kotorski zaliv ulazi 28 km u kopno.



Slika 6. Boka Kotorska , Izvor: <http://crna.gora.me/>

6.2. Društveni resursi

Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine je preduzelo razne mjere povezujući se sa okruženjem kroz bilateralne ugovore u okviru Jadransko-jonske inicijative, koju podržavaju Slovenija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Albanija, Grčka, Italija i Crna Gora. Cilj ove inicijative je da promoviše regiju Jadranskog i Jonskog mora sa svim kulturnim različitostima njenih luka, kao svjetski vodeću destinaciju za jahting i plovidbu, uključujući i neke od najvećih mega jahti na svijetu. U Boki Kotorskoj se može organizovati veoma raznovrsna ponuda u nautičkom turizmu: boravišno-zimovni na brodovima, nautički camping, veslanje, surfing, ronjenje, iznajmljivanje plovila, intezivno uključivanje priobalja. Ali, praksa pokazuje da zemlje koje imaju razvijeni nautički turizam imaju i probleme koji se odnose na zagađenje akvatorijuma naftom i ostalim otpadnim materijama. Imajući u vidu unikatnost prostora, i pored nesumnjivih multiplikativnih efekata koje bi taj razvoj donio, neophodno je da se razvoju nautičkog turizma pristupa veoma obazrivo, uz stalno konsultovanje stručnjaka.

6.3. Konkurentnost crnogorskog nautičkog turizma

Najnovija zbivanja na svjetskom turističkom tržištu upućuju na zaključak da se Crna Gora turistički brzo stabilizira i postaje sve poželjnija turistička destinacija. Njen dalji turistički razvoj doći će do punog izražaja ako se nametne na turističkom tržištu kao nova i nadasve prepoznatljiva turistička marka. Nautički turizam danas je najkonkurentniji crnogorski turistički proizvod. Nedostatak jasne koncepcije u dosadašnjem razvoju i odgovarajuće marketing strategije ima za posljedicu: neselektivnost u razvoju, slabu nautičko-turističku potrošnju i neke negativne uticaje na okolinu. Najveći konkurenti Crnoj Gori u nautičkom turizmu su ostale zemlje u Sredozemlju – Italija, Hrvatska, Grčka, Španija, Francuska i Turska. Crna Gora ima prednost u prirodnim ljepotama, pejzažnoj slikovitosti i ekološkoj očuvanosti što su važna obilježja za razvoj i budućnost nautičkog turizma ali nije dovoljno!

Kvalitet ponude crnogorskih marina ne može se porediti s ponudom marina u ostalim evropskim zemljama. Neki od pokazatelja kvaliteta nautičkih luka su postojanje fitness-centara, saune, škole ronjenja, jedrenja, jahanja i zabavnih sadržaja. Potencijalni gosti to traže, a crnogorske marine imaju eventualno jedno od navedenog. Neke crnogorske marine su još na stepenici zadovoljavanja osnovne infrastrukture poput zadovoljavajućih sanitarija ili restorana.

Zbog relativno velike fizičke udaljenosti i dosadašnjeg neadekvatnog kvalitetnog stanja crnogorskih puteva Crna Gora nije toliko pristupačna onim srednje-evropskim i zapadnoevropskim nautičarima koji dolaze putem. Uz razvijenu mrežu aerodroma u receptivnom području vlasnici plovila mogu brzo i udobno stići do receptivnog područja. S tim u vezi, ukoliko postoje infrastrukturni uslovi i dovoljno kvalifikovane radne snage moguće je ponuditi servisiranje i sidrenje plovila u marinama tokom cijele godine što lokalnoj ekonomije donosi bitne finansijske efekte. Crnogorskim marinama potrebno je restrukturisanje i repozicioniranje. Marine konstantno traže nova ulaganja a mi uz dosta poteškoća pratimo. Izlaz se vidi u rekonstruisanju već postojećih luka koje bi nadogradnjom postale marine. Na taj način bi se izbjeglo betoniranje prirodnih površina (jer bi se marina razvijala na već postojećoj infrastrukturi koja bi bila osnova). Sledeći prijedlog je izgradnja privatnih marina što bi sebi mogli priuštiti samo bogatiji preduzetnici ali tako bi se podigao kvalitet same marine.

6.4. Privredni značaj i slabosti u razvoju nautičkog turizma

Crna Gora posjeduje idealne uslove za razvoj nautičkog turizma i niz komparativnih prednosti u odnosu na druge konkurentske nautičko-turističke zemlje. Te prednosti se ogledaju u: boljoj razuđenosti obale i ostrva, većem broju dobro raspoređenih i zaštićenih luka, pogodnjem geografskom položaju u odnosu na emitivno turističko-nautičko tržište, bolje očuvanoj prirodi i čistijem moru. Ukoliko bi se iskoristile te komparativne prednosti i primijenila odgovarajuća marketing strategija, crnogorski nautički turizam bi bio u stanju privući zahtjevnu klijentelu, podstaknuti inostrana ulaganja u izgradnju novih receptivnih kapaciteta, pokrenuti niz pratećih privrednih djelatnosti i povećati nautičko-turističku potrošnju. Nautičko-turistička potrošnja pozitivno utiče na razvoj pojedinih privrednih grana i djelatnosti (brodogradnja, brodarstvo, trgovina i zanat), zapošljavanje i platni bilans zemlje. Za razliku od klasičnog kupališnog turizma kojeg karakteriše masovnost, unificiranost i stalan pad kvaliteta, crnogorski nautički turizam predstavljaće najprepoznatljiviji i najkonkurentniji crnogorski proizvod na međunarodnom turističkom tržištu. Zato, nautički turizam predstavlja mogućnost koju Crna Gora treba i mora iskoristiti.

7. Naziv, vrste i uloga marina u razvoju nautičkog turizma

Pojam marina italijanskog je porijekla, a označava „malu luku“ za prihvat rekreativnih plovila. Marina, kao moderan lučki objekt za prihvat sportskih i rekreativnih plovila, prvi put se u stručnoj literaturi spominje (opisuje) 1928. godine. Prema američkoj „Nacionalnoj udruženju proizvođača motora i brodova“ (National Association of Engine and Boat Manufactures Incorporated of America) „marina je mjesto gdje jedriličari mogu plovilo prikladno usidriti, porinuti u more, popravljati, opskrbiti gorivom i drugim brodskim potrepštinama, imati topli tuš, ručati na obali i biti na dohvata trgovinskoj, komunikativnoj i prometnoj infrastrukturi“. Dakle, marina preuzima i objedinjuje sve nautičko-turističke usluge i sadržaje od gradnje, porinuća i popravka broda, do opskrbe nautičara rezervnim dijelovima, gorivom i hranom. Do pojave marina te usluge i sadržaje su nudila brodogradilišta, luke za javni promet i trgovine. U suvremenoj marini broj sadržaja i usluga koje se nude nautičko-turističkom tržištu, proširen je do te mjere da predstavlja krajnji domet nautičko-turističke prirode.

Prema tome, marina je posebna vrsta luke nautičkog turizma, koja u posebno uređenom i opremljenom vodenom i kopnenom prostoru i objektima, osim usluga veza i smještaja plovila, nudi brojne druge pomoćne i dodatne sadržaje i usluge koje su u stanju zadovoljiti probirljive zahtjeve i želje savremene nautičko-turističke potražnje. Marina je temeljna i najpoznatija vrsta luke nautičkog turizma. Za razliku od drugih nautičkih luka (sidrišta, privezišta i suve marine), koje nude samo usluge veza i smještaja plovila na posebno uređenom prostoru, marine još nude čitav skup drugih sadržaja i usluga kojima se povećava zadovoljstvo gostiju, produžuju turističku sezonu, povećavaju nautičko-turističku potrošnju i obogaćuju sveukupnu nautičko-turističku ponudu. S obzirom na glavne osobine ili

karakteristike koje posjeduju pojedine marine, mogu se razvrstati na odgovarajuće vrste. Kao kriterijumi za razvrstavanje najčešće se u praksi koristi: položaj akvatorijuma u odnosu na kopno, tip izgradnje, nivo opremljenosti, vlasništvo, lokacija i veličina marine. S obzirom na položaj akvatorijuma u odnosu na kopneno okruženje, postoje četiri temeljna tipa marina i to: otvoreni, polu-uvučeni, uvučeni i potpuno uvučeni tip marine. Svaki od ovih tipova prilagođava se okolnom terenu i uslovima izgradnje. Prema tipu izgradnje i nivou opremljenosti, razlikuje se američki i evropski tip marine. Američki tip marine karakterističan je po jednostavnoj (i standardnoj), kvalitetnoj i relativno jeftinoj izgradnji, funkcionalnom razmještaju sadržaja, dobroj opremljenosti i efikasnoj organizaciji poslovanja. Za razliku od američkog tipa marine, marine evropski tip u arhitektonskom smislu nema jedinstveni tip izgradnje, slabije su opremljeni i u prosjeku imaju manji kapacitet od američkih. Zavisno o područjima gdje su izgrađene, razlikuju se i stilovi izgradnje, koji mogu biti piridalni, stepenasti, ambijentalni i visoki. Prema vlasništvu marina može biti: privatna, komunalna i javna. U odnosu na lokaciju marina može biti: morska, jezerska, riječna i kanalska. Veličina marine u svezi je s nizom činioца kao što su lokacija, karakteristike terena, politika lokalnih vlasti, zahtjeva tržišta, finansijske mogućnosti preduzetnika i sl. Tako, veličina marine varira od nekoliko desetaka vezova u maloj prirodnoj uvali, gdje se mogu nabaviti nužne stvari potrebne za život u obližnjem selu, do velikih marina s nekoliko hiljada vezova smještenih na prostranom akvatorijumu i na kopnu izgrađenim brojnim klubovima, apartmanima, hotelima, parkovima, servisima, trgovinama, kockarnicama, sportskim dvoranama i raznim drugim sadržajima. U Evropi najčešće se grade marine kapaciteta između 300 i 500 vezova. Za Ameriku su karakteristične marine iznad 1000 vezova. Prema tome, veličina marine je relativan pojam jer je pojam veličine u spremi s područjem na kojem je smještena. Zato, nema stroge podjele marina koja bi se temeljila na broju vezova. Tako naprimjer marina koja ima kapacitet od 800 vezova, smatra se velikom marinom za naš pojam veličine, a marina istog kapaciteta, recimo na Floridi bila bi srednje veličine. Uloga marina u razvoju nautičkog turizma je presudna. One imaju mnogostruku društveno-ekonomsku funkciju i predstavljaju ne samo bitni, već i ograničavajući činioč razvoja nautičkog turizma. Naime, lakše je a često i jeftinije kupiti brod, nego osigurati za njega odgovarajući vez. Za izgradnju veza potrebno je naći prikladan prostor i potrošiti znatno više vremena, a često i novaca, nego za proizvodnju plovila. Zato je svugdje u svijetu, dinamičniji rast broja plovila, nego broja vezova. Unatoč činjenici da je trošak veza u marini, u odnosu na druge oblike smještaja plovila (prirodna uvala, sidrište, privezište i sl.), relativno visok, vlasnici plovila radije koriste usluge marine, jer pri tom ostvaruju dodatna zadovoljstva (sportski, rekreativni i sl. sadržaji i usluge) i skrivene uštede. Vlasnik plovila može koristiti raspoložive klupske prostorije, tuševe, sportske dvorane, te druge sadržaje i usluge koje mu obogaćuju turistički boravak i povećavaju zadovoljstvo. Osim toga, prednost korićenja marine oslikava se i u činjenici, što vlasnik plovila nema potrebu često izvlačiti plovilo iz vode na kopno, pa tako produžuju vrijeme plovidbe. Uz to, ima i besplatno parkiranje automobila, ostvaruje uštede na izdacima za smještaj (spava na brodu), ima nižu premiju za osiguranje plovila, a manja je i vjerojatnost oštećenja plovila.

8. Iskazivanje, mjerjenje i analiza uspješnosti poslovanja marine

Kako se poslovanje marine odvija u uslovima složenog djelovanja raznih organizacijskih, tehničkih, tržišnih, društvenih i drugih činioča, njen uspjeh poslovanja ostvaruje se kao kompleksan rezultat djelovanja svih tih činioča. Za ekonomsku uspješnost poslovanja marine posebno su značajna ova pitanja:

1. jesu li usluge koje se nude u marini u kvalitetnom i kvantitativnom smislu prihvatljive za stvarne i potencijalne kupce
2. zadovoljava li odnos između vrijednosti ulaganja u proces proizvodnje (tj. troškova) i vrijednosti usluga koje se realizuju (tj. prihoda)
3. jesu li sredstva marine iskorišćena tako da je poslovanjem osigurana naknada za utrošena sredstava, plate radnicima, dividende vlasnicima kapitala i pokriće svih drugih troškova i obaveza.

Ekonomično i rentabilno poslovanje marine je najdelikatniji i najodgovorniji zadatak njenog manadžmenta. Upustiti se u biznis s marinom samo zato što neko voli jedrenje, ravno je tome, da postane stočar, smo zato, jer voli životinje. „idealni odnos prema tom poslu bio bi: 80% poslovne oštromnosti i napornog rada, 10% ljubavi prema brodovima i 10% kockarskog instinkta“. Čitava problematika ekonomičnog i rentabilnog poslovanja može se do kraja pojednostaviti i svesti na sljedeće: ostvarene rashode (troškove) podmiriti iz ostvarenih prihoda i pri tom ostvariti što veću razliku između tih veličina, tj. dobitak.

8.1. Prihodi, troškovi (rashodi) i poslovni rezultat marine

Svako poduzeće, pa i marine utvrđuju rezultat poslovanja za pojedina vremenska razdoblja, a obavezno za svaku godinu. U tu svrhu treba izraditi „račun dobitka ili gubitka“ kojim se za obračunsko razdoblje utvrđuju.

- Prihodi
- Troškovi, odnosno rashodi, i
- Poslovni rezultat

8.1.1. Poslovanje marine

Pod ukupnim prihodom smatra se ukupna vrijednost proizvoda i usluga koje je neko preduzeće proizvelo i prodalo u određenom razdoblju. Osim prihoda od prodaje usluga veza, kao temeljnog izvora prihoda, marina ostvaruje još prihode od: zimskog skladištenja plovila, servisa plovila, iznajmljivanja plovila, te prodaje ugostiteljskih usluga, rezervnih dijelova, boja, lakova, sportskih rekvizita, prehrabnenih, higijenskih proizvoda i drugih potrepština. Uz pružanje usluga veza, na uspjeh poslovanja marine, bitno utiče prodaja raznih dodatnih usluga. Prema rezultatu istraživanja vršenom na uzroku od 190 marina smještenih na različitim dijelovima SAD-a i Velikoj Britaniji, pretežni dio od ukupnih prihoda ostvaruje se u pomoćnim djelatnostima marine. U hrvatskim marinama to nije slučaj, što se nepovoljno odražava na njihov poslovni rezultat. Iz tablice se vidi da se u američkim i britanskim marinama ostvaruje samo jedna trećina ukupnog prihoda od usluga veza i skladištenja, a ostali dio prihoda od tzv. pomoćnih i dopunskih usluga. Za razliku od toga, u crnogorskim marinama ostvaruje se više od tri četvrtine ukupnog prihoda od prodaje usluga veza, a minimalni dio od sporednih i dodatnih usluga. To je odraz siromašne nautičko-turističke ponude u našim marinama. Takva politika ima višestruke negativne učinke. Smanjuje prihod, uvjetuje slabo iskorištenje kapaciteta i negativno utiče na poslovni rezultat i konkurenetsknu sposobnost marine na nautičko-turističkom tržištu.

8.1.2. Troškovi poslovanja marine

Od troškova (rashoda) zavisi ne samo profit svakoga poduzeća (marine), već su i bitan instrument poslovne politike. Na temelju proračuna troškova doneće se gotovo sve bitne poslovne odluke poduzeća, pa tako troškovi predstavljaju bitan aspekt menadžerske ekonomije.

9. Kategorizacija objekata nautičkog turizma

Prihvativi objekti nautičkog turizma razvrstavaju se u:

1. Marine,
2. Luke i lučice,
3. Pristaništa,
4. Privezišta (mandraći),
5. Sidrišta.

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

Marina je objekat nautičkog turizma uz prirodno ili vještački zaštićene vodene površine (more, jezera i rijeke) specijalizovana za pružanje usluga veza, snabdijevanja, čuvanja, održavanja i servisiranja plovnih objekata, pružanje ugostiteljskih usluga, usluga iznajmljivanja plovnih objekata, kao i drugih usluga u skladu sa zahtjevima i specifičnim potrebama nautičkih turista.

Luka, lučice i pristanište su objekti nautičkog turizma koji su u cijelosti ili djelimično namijenjeni i prilagođeni zadovoljavanju primarnih plovidbenih potreba plovnih objekata nautičkog turizma (prihvat, vez i snabdijevanje), kao i ostalih osnovnih boravišnih i uslužnih potreba nautičkih turista (pregled i manje popravke plovnih objekata).

Privezišta (mandraći) su posebno izgrađeni obalni ili sa obalom povezani prostori za uređeni prihvat i privez plovnih objekata nautičkog turizma, sa direktnim pješačkim pristupom do plovila.

Sidrište je prirodno ili vještački zaštićeni morski, jezerski ili rječni voden prostor koji je uređen i opremljen uređajem za vezivanje plovnih objekata nautičkog turizma, bez mogućnosti pješačkog prilaza do plovila.

Vrste plovnih objekata nautičkog turizma:

Plovni objekti nautičkog turizma razvrstavaju se u:

1. Rekreativne plovne objekte,
2. Izletničke plovne objekte,
3. Turističke jahte,
4. Plovne objekte za turistička krstarenja.

Rekreativni plovni objekat je objekat koji se pokreće ljudskom snagom, vjetrom ili motorom, a koristi se za zabavu i sportsku rekreaciju na lokalnom području prihvatnog objekta nautičkog turizma (čamac, čamac sa motorom, jedrilica, bicikl na vodi, daska za jedrenje, skuter na vodi i dr.). Izletnički plovni objekat je čamac ili brod koji služi za prevoz turista ili dnevna krstarenja sa izletničkim sadržajem (hidrogliser, čamac sa motorom i manji brod za jednodnevne izlete, turistički taksi).

Turistička jahta je plovni objekat za duži boravak nautičara, sa kabinom koja je opremljena sa najmanje dva ležaja, toaletom i uređajem za kuhanje (jahta na motorni pogon, jahta na pogon vjetra). Plovni objekat za turistička krstarenja je plovni objekat sa posadom koja prevozi turiste na krstarenjima i kružnim putovanjima, a opremljen je za višednevni boravak posade i turista.

Minimalno tehnički uslovi za objekte nautičkog turizma:

Minimalni uslovi, propisani ovim pravilnikom, odnose se na sve prihvatne objekte nautičkog turizma, ako ovim pravilnikom nije drugačije određeno. Prihvatni objekti nautičkog turizma koji podliježu obavezi kategorizacije moraju ispunjavati i uslove propisane za odgovarajuću kategoriju objekta. Objekti nautičkog turizma moraju biti građeni, uređeni i opremljeni tako da omogućavaju racionalno korišćenje prostora, nesmetano kretanje plovila, gostiju i zaposlenog osoblja, nesmetan prenos materijala, zaštitu zdravlja gostiju i zaposlenog osoblja, te stručno i efikasno usluživanje korisnika usluga. U pogledu izgradnje, uređenja, opreme i usluga objekti nautičkog turizma moraju biti u skladu sa odredbama ovog pravilnika, te građevinskim, urbanističkim, sanitarnim propisima, propisima o zaštiti okoline i drugim propisima. Prihvatni objekat nautičkog turizma treba da raspolaže dovoljno prostranom vodenom površinom za sigurno zadržavanje i nesmetano kretanje plovnih objekata i za vrijeme najnižeg nivoa mora, odnosno vodostaja. Siguran pristup (ulaz) vodenoj površini obezbjeduje se na takav način da omogućuje istovremenu, nesmetanu i sigurnu plovidbu više plovnih objekata. Prihvatni objekat nautičkog turizma, osim sidrišta, treba da ima dio izgrađene obale za privez plovnih objekata sa prijemno-informacijskim mjestom, opremu za siguran privez, kao i označene vezove. Svako privezno mjesto ili vez ima obezbijeđen direktni pješački pristup. Sidrište treba da ima obezbijeđen prevoz od plovnih objekata u sidrištu do obale. Prihvatni objekat nautičkog turizma, osim sidrišta ima izgrađene vezove. Širina izgrađene obale ili veza mora biti veća od širine plovnog objekta koji ga koristi, najmanje za širinu bokobrana na jednoj strani plovnog objekta.

Prihvatni objekat nautičkog turizma⁵ mora imati riješeno odlaganje otpadnih čvrstih i tečnih materija, u skladu sa sanitarnim propisima i propisima o zaštiti životne sredine. Prihvatni objekat nautičkog turizma može se locirati na vodenom pojasu gdje se ne izlivaju industrijske ili neke druge otpadne, tečne i čvrste materije.

Prihvatni objekat nautičkog turizma, osim sidrišta ima:

- 1) obezbijedeno stalno snabdijevanje dovoljnim količinama higijenski ispravne vode;
- 2) obezbijedeno stalno snabdijevanje dovoljnom količinom električne energije;
- 3) u svim prostorijama, kao i na kopnenim djelovima izgrađene obale, instalirano osvjetljenje;
- 4) izgrađen sanitarni čvor sa odvojenim toaletima za žene i muškarce;
- 5) opremu za gašenje požara i osposobljeno zaposleno osoblje za njeno korišćenje;
- 6) obezbijeden priključak na javnu telefonsku mrežu na udaljenosti od 1 km ili opremljenost VHF radio opremom;
- 7) obezbijedeno snabdijevanje životnim namirnicama i pružanje ugostiteljskih usluga ishrane i pića na udaljenosti od 1 km.

⁵ Zakon o turizmu, Pravilnik o vrstama objekata nautičkog turizma, minimalno tehničkim uslovima i njihovoj kategorizaciji, (www.mrt.gov.me)

Plovni objekti nautičkog turizma:

Plovni objekti nautičkog turizma moraju ispunjavati uslove propisane za tu vrstu plovног objekta, kao i uslove određene ovim pravilnikom. Pravna ili fizička lica koja pružaju usluge iznajmljivanja plovnih objekata nautičkog turizma, na odgovarajući način obavještavaju korisnike usluga o tehničkim, bezbjednosnim i drugim karakteristikama tih plovnih objekata.

Turistička jahta treba da ima:

- 1) ležajeve sa zatvorenim pregradama za odlaganje posteljine;
- 2) instalirano osvjetljenje u svim prostorijama;
- 3) hemijski WC u zatvorenoj prostoriji;
- 4) tank za vodu kapaciteta dovoljnog za maksimalni broj korisnika u toku najdužeg trajanja plovidbe;
- 5) opremljen prostor za ručavanje sa kapacitetom koji odgovara broju ležajeva;
- 6) uređaj za kuvanje;
- 7) plakar za odjeću sa vješalicama.

Kategorizacija objekata nautičkog turizma:

Od prihvatnih objekata nautičkog turizma kategorizaciji podliježu marine, a od plovnih objekata nautičkog turizma kategorizaciji podliježu jahte i plovni objekti za turistička krstarenja. Objekti nautičkog turizma kategorišu se prema uslovima u pogledu uređenja, opreme i vrste usluga koje moraju ispunjavati (obavezni elementi), i drugih uslova i sadržaja kojima raspolažu. Kategorizacija objekata nautičkog turizma iz člana 20 vrši se na zahtjev koji se podnosi prije početka pružanja usluga, odnosno iznajmljivanja plovnih objekata, ministarstvu nadležnom za poslove turizma. Kategorizacija objekata nautičkog turizma vrši se pojedinačno za svaki objekat. Razvrstavanje objekata nautičkog turizma u kategorije i označavanje kategorija vrši se tako što se svaka pojedinačna kategorija simbolički označava odgovarajućim brojem brodskih elisa (propelera) i to za:

1) Marine

- prva kategorija pet brodskih elisa,
- druga kategorija četiri brodske elise,
- treća kategorija tri brodske elise,
- četvrta kategorija dvije brodske elise,
- peta kategorija jedna brodska elisa.

2) Turističke jahte

- prva kategorija tri brodske elise,
- druga kategorija dvije brodske elise,
- treća kategorija jedna brodska elisa.

3) Plovni objekti za turistička krstarenja

- prva kategorija tri brodske elise,
- druga kategorija dvije brodske elise,
- treća kategorija jedna brodska elisa.



Slika 7. Izgled tabli kategorizacija objekata n.t., Izvor: www.mrt.gov.me

Marine se označavaju standardizovanim pločama sa odgovarajućim natpisom na srpskom i na jednom stranom jeziku. Na pločama se označavaju dimenzije plovnih objekata za čiji prihvati postoje tehnički uslovi, kao i oznake za osnovnu raspoloživu opremu i usluge za nautičare. Ploče sa natpisom u marinama imaju oznake odgovarajuće kategorije. Ploče sa natpisom postavljaju se tako da su jasno vidljive za sve korisnike koji dolaze sa kopna i sa vode. Ploča na kopnenom dijelu mora imati dužinu 3 m i visinu 2 m, a ploča na ulazu u vodenim prostorima marine dužinu 3 m i visinu 1,5 m. Ploče sa oznakom kategorije turističkih jahti i plovnih objekata za turistička krstarenja imaju dimenzije 30 H 16,5 cm. Ploče se postavljaju na spoljašnjim bočnim površinama nadgrađenog dijela plovnog objekta. Natpsi i oznake na pločama treba da budu dobro vidljivi, obojeni reflektujućim materijalom ili noću osvijetljeni i ispisuju se štampanim slovima. Grafički izgled oznake vrste i kategorije objekta nautičkog

turizma sadržan je u Prilogu 3. koji je odštampan uz ovaj pravilnik i čini njegov sastavni dio. Zahtjev za određivanje kategorije sadrži naziv i adresu podnosioca, vrstu i naziv objekta za koji se podnosi zahtjev, plovidbenu ili drugu dokumentaciju utvrđenu posebnim propisima, mjesto gdje se objekat nalazi, godinu izgradnje, odnosno posljednje rekonstrukcije objekta, kapacitet objekta kao i predlog kategorije. Zahtjev za određivanje kategorije podnosi se za svaki objekat nautičkog turizma pojedinačno. Kategorija objekta nautičkog turizma određuje se aktom ministarstva nadležnog za poslove turizma, na predlog Komisije za kategorizaciju koju obrazuje isto ministarstvo. Ako objekat nautičkog turizma prestane da ispunjava uslove koji su određeni aktom nadležnog ministarstva, ili ispunjava uslove za višu kategoriju, zahtjev za prekategorizaciju podnosi se na način i po postupku propisanim za utvrđivanje kategorije. Danom stupanja na snagu ovog pravilnika prestaje da važi Pravilnik o vrstama objekata nautičkog turizma, minimalno tehničkim uslovima i njihovoj kategorizaciji. Ovaj pravilnik stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u "Službenom listu Republike Crne Gore".

10. Kvantitativni pokazatelji poslovanja luka nautičkog turizma

Kad govorimo o lukama nautičkog turizma, potrebno je razumjeti njihov osnovni karakter. Poznata su razvrstavanja luka s nekoliko aspekata, a nalazimo ih u raznim enciklopedijama, rječnicima i udžbenicima. Sve do kraja devedesetih koristilo se raznim nazivima: turističke luke, posebne luke, nautičko-turistički centri i slično. Izgradnjom legislativnog programa⁶ koji tretira i oblikuje luke nautičkog turizma, one su konačno i određene. Nautički turizam, u kontinuiranom razvoju, potencira značenje luka nautičkog turizma kao pokretača razvoja lokalne privrede, kao novu razvojnu privrednu šansu, jer one danas postaju činiocima razvoja ne samo djelatnosti povezanih uz nautički turizam, kao što su to charter, ronilački turizam, regate, sajmovi i drugo, već i drugih više ili manje povezanih djelatnosti.

Luke postaju turistički magnet. U svijetu danas postoji oko sedam hiljada mega jahti. Samo manji broj marina u svijetu ima kapacitete za prihvrat mega jahti, mega jahtama se smatraju plovila duža od 30 metara. Porto Montenegro će biti najveća marina za mega jahte na Mediteranu, koja će moći da prihvati 150 mega jahti dnevno.

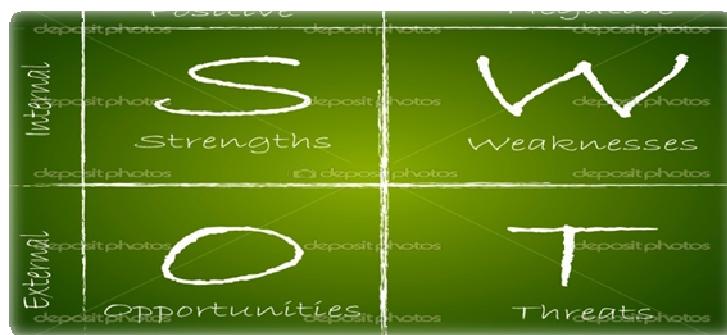
⁶ Jović, M.(1998), Međunarodni marketing, Institut ekonomskih nauka, Beograd,

11. Kvalitativni pokazatelji poslovanja luka nautičkog turizma

Nova koncepcija nautičke luke podrazumijeva efikasnost u načinu organizovanja, servisiranja i čuvanja brodova i jahti. Heterogen broj usluga u marini stvara i problem u organizaciji što podrazumijeva formiranje menadžmenta lukom, kako bi korisnici tj. nautičari dobili kvalitetan servis. Najveće prednosti su upravo povoljne prirodne karakteristike, postojeća turistička infrastruktura, kapaciteti iz tercijarnih i drugih djelatnosti. Neki negativni faktori razvoja nautičkog turizma su: sezonski karakter aktivnosti u nautičkom turizmu, okupacija mora i obale i razne presije, te usurpacija obala, zagađivanje mora naftom i njenim derivatima, bakteriološka kontaminacija, tj. bakteriološko zagađivanje mora otpadnim vodama i materijama, devastacija bioloških bogatstava mora, zagađivanje mora raznim otpatcima i nečistoćama, uništavanje ribljeg i vodenog bogatstva (posebno školjki).

12. SWOT analiza internih resursa

Odmah iza definisanja misije i vizije nautičkog turizma, nalazi se SWOT analiza, koja kao posebna analitička metoda predstavlja početnu fazu strateškog planiranja. Ona je poveznica analitičke desk researh obrade i impulsa tržišta. Sama primjena SWOT analize nautičkog turizma doprinosi da se smanji rizik u odlučivanju i da se sagleda objektivno stanje. Kao vrijedan marketinški "alat", SWOT analiza pomaže da odredimo razvojne potencijale i njihovu optimalnu iskorišćenost. Takodje uz pomoć SWOT analize lakše I blagovremeno će se eliminisati odredjene slabosti. Ukoliko nismo objektivno analizirali prijetnje ili ih čak minimizirali efekti mogu biti kontraproduktivni. Ova analiza sadrži opšte karakteristike u pristupu ali I odredjene specifičnosti tako da ima I subjektivnosti u njenom sprovodjenju.



Slika 8. Swot analiza, ilustracija, Izvor: <http://www.googleimages.com/>

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

Tabela:SWOT analiza nautičkog turizma Crne Gore i Tivta

SNAGE-Strengths	SLABOSTI-Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> • Povoljan geografski položaj(blizina emitivnih tržišta) • Prirodne ljepote • Klimatski uslovi • Razudjena i atraktivna obala • Ekološki očuvano priobalje i podmorje • Obala koja nije degradirana gradnjom • Saobraćajna povezanost • Prateća turistička infrastruktura(usluge) • Lična sigurnost i sigurnost plovidbe • Pomorska tradicija • Ljubaznost i gostoljubivost • Visokoškolsko obrazovanje iz turizma pomorstva • Kvalifikovani kadrovi • Prostorne mogućnosti za proširenje postojećih i izgradnju novih marina 	<ul style="list-style-type: none"> • Nepostojanje Strategije razvoja nautičkog turizma Crne Gore • Neusaglašenost zakonskih propisa • Neodgovarajuća kategorizacija luka NT • Administrativne barijere • Nedovoljan kapacitet luka NT u Crnoj Gori • Manjak vezova za mega jahte • Sadržaj ponude i kvalitet usluga u marinama u Crnoj Gori • Sadržaj ponude i kvalitet usluga na nivou destinacije • Sezonalnost tražnje • Nedovoljna edukacija kadrova • Nedostatak strukovnih institucija • Neadekvatno odlaganje otpada
PRILOGE-Opportunities	PRIJETNJE-Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Ulazak u EU (jedinstveno tržište) • Ulazak u NATO alijansu • Porast tražnje za nautičkim turizmom • Otvaranje novih tržišta kao što je zaliv Boke Kotorske • Trendovi u turizmu (dostupnost,sigurnost i bezbjednost ,ekološko okruženje,zdravstvena zaštita) • Saobraćajna dostupnost (low cost carriers) • Donošenje Strategije razvoja NT • Stabilnost u regionu • Strana ulaganja • Razvoj ekoturizma • Razvoj male brodogradnje 	<ul style="list-style-type: none"> • Politička nestabilnost u regiji • Poremećaji na emitivnim tržištima • Neodgovarajuća zakonska regulativa i planovi • Hiperizgradjenost obale • Izgradnja mosta “Verige” • Zagadjenje okoline sa plovila i priobalja • Neodgovarajuća privatizacija • Nedovoljna edukacija stanovništva o značaju zaštite životne sredine • Zagadjenje obale i akvatorijuma naftom, naftnim derivatima i raznim ambalažnim I drugim otpacima • Devastacija i neovlašćeno prisvajanje biološkog i kulturno-istorijskog nasljeđa.

13. Koncept upravljanja održivim razvojem

Održivost podrazumijeva više od aktivnosti na očuvanju prirode. Što (WTO) ovako definiše principe održivosti :

- Prirodni, kulturno- istorijski i drugi turistički resursi se čuvaju za trajno korišćenje u budućnosti, ali i služe u korist danšnjeg društva.
- Turizam treba razvijati tako, da na lokalnom ili regionalnom nivou ne izazove ozbiljne ekološke ili sociokulturne probleme.
- Ekološki kvalitet destinacije se mora očuvati i poboljšavati.
- Treba obezbjediti visok stepen zadovoljenja turista, da bi destinacija bila konkurentna i ostala popularna na tržištu.
- Prednosti iz turističke privrede treba raspodijeliti u širokom obimu.

Održivi razvoj turizma podrazumijeva turistički razvoj uz uvažavanje principa:

- optimalne upotrebe prirodnih resursa, održavanja bitnih ekoloških procesa i obezbeđenja zaštite prirodne baštine i biodiverziteta;
- poštovanja socio-kulturnih autentičnosti zajednice, očuvanja kulturne baštine i tradicionalnih vrijednosti;
- obezbeđenja održivog, dugoročnog ekonomskog poslovanja, obezbeđujući socijalno-ekonomsku korist svih građana.

Prepostavka održivog razvoja nautičkog turizma rješava se usvajanjem dokumenata prostornog planiranja i razvoja. Treba napomenuti i jačanje lokalne samouprave na koju država prenosi sve veća ovlašćenja. Strategija razvoja nautičkog turizma, postaje ne samo osnovni privredni razvojni strateški dokument, nego i nezaobilazni činioč upravljanja razvojem. Nautički turizam je najveći korisnik akvatorijuma i obale, s toga mora postati i najvećim promotorom zaštite okoline. Planski razvoj nautičkog turizma trebao bi biti u skladu s načelima održivog razvoja jer se jedino tako podstiče privredni razvoj i zadovoljiti potrebe nautičara a u isto vrijeme dati doprinos zaštiti okoline i održivom razvoju. Obalna područja, kao jedini prostori na kojima se može odvijati nautički turizam, nemaju prostornu alternativu. To su područja koja podliježu mnogobrojnim ograničenjima u korištenju prirodnih resursa u funkciji razvoja nautičkog turizma. Sredozemne zemlje, medju kojima i Crna Gora, susreću se s problemom prezasićenosti pojedinih lokacija, pa nastoje uskladiti ekološke i ekonomske interese daljnog razvoja turizma.

Zaštita mora i obalnog područja

- kontinuirana naučna istraživanja fizičkih, hemijskih i bioloških karakteristika mora kako bi se snimilo sadašnje stanje priobalnih voda i otvorenog mora; organizovanje monitoringa organskih i neorganskih zagađivanja mora;
- donošenje zakonskih propisa u svrhu kompletne zaštite mora (od zagađenja i prekomjerne eksploatacije) i kontrolu njihovog sprovođenja, praćenje i usvajanje savremene standardne metodologije;

- zaštitu kompletног ekosistema mora uz koju se sve kompletne toga ekosistema mogu racionalno koristiti, bez opasnosti od poremećaja prirodne ravnoteže;
- zaštitu biodiverziteta morskih organizama ugroženog antropogenom eritrofikacijom i mogućim prelovom; zaštitu živih resursa mora zona reprodukcije i ishrane morskih organizama i utrđenog optimalnog nivoa njihove ekspoatacije; obezbjediti saradnju sa susjedima, korisnicima Jadrana u cilju zajedničke kontrole kvaliteta vode i živog svijeta.

14. Repozicioniranje proizvoda nautičkog turizma i strateški pravci razvoja

Crna Gora mora razviti vlastitu strategiju razvoja kojom će se repozicionirati svoj nautički proizvod na turističkom tržištu. Viziju mora bazirati na valorizaciji konkurentnih prednosti, autohtonim vrijednostima, raznolikosti ponude, afirmaciji ekologije i održivom razvoju. Nužno je razviti one oblike ponude kojima će se razlikovati od konkurenциje u skladu s postojećom resursnom osnovom i finansijskim mogućnostima. Strategija razvoja trebala bi se temeljiti na definisanju ciljnog tržišta, kreiranju prepoznatljivog kvalitetnog proizvoda i definisanju efikasne promocije. Jedna od osnovnih šansi razvoja crnogorskog turizma i ostvarivanja konkuurentske prednosti na evropskom tržištu predstavlja razvoj nautičkog turizma. Razvoj nautičkog turizma je u samom začetku u Crnoj Gori i još uvjek se nije dovoljno valorizovao. Crna Gora posjeduje brojne preduslove za uspješan razvoj kao što su: veliki broj istorijskih gradova sa spomenicima kulturne baštine, umjerenu mediteransku klimu, kao i razuđena obala sa dosta uvala i lučica.

Nova razvojna strategiju nautičkog turizma treba uskladiti i utemeljiti je na diverzifikovanom, kvalitetnom tržištu prilagođenom turističkom proizvodu koji bi se zasnivao na načelima poštovanja ekološke ravnoteže i očuvanju kulturnog naslijeda. Ovakva strategija proizilazi iz rezultata novog odnosa učesnika na tržištu koji fokusira svoje aktivnosti na ispunjenje očekivanja turista. Posebnu pažnju treba obratiti na razvoj cjenovne politike. Za razliku od insotranih nautičkih destinacija Crna Gora ima veoma lošu cjenovnu politiku naplate usluga u objektima nautičkog turizma. Lokalne samouprave pokušavaju naplatom poreza i preko komunalnih infrastruktura ostvariti odrđene prihode koji nisu ni približno visoki onim u razvijenim turističkim destinacijama. Iako marine pokušavaju kroz odrđene vodove kao što su selektiranje otpada, pratiti trend održivog razvoja nautičkog turizma, veliki problem predstavlja zagađenje vode. Najveća izmjerena koncentracija fosfata u zalivu Boke Kotorske bila je na poziciji Tivata, u avgustu mjesecu prošle godine, i iznosila je $0.667 \mu\text{mol/l}$. Povišen sadržaj fosfata u vodama ukazuje na njihovo zagađenje, jer jedinjenja fosfora pripadaju produktima raspadanja složenih organskih materija. Fosfati u vodu dospijevaju usled primjene vještačkih đubriva, otpadnih voda naselja i industrijskog otpada", stoji u Izvještaju EPA.

Turisti budućnosti će imati sljedeće karakteristike:

- izražavaće težnju za novim iskustvima i događajima;
- biće svijesni kvaliteta ponude;
- imaće razvijen osjećaj za očuvanjem prirode i ekologijom;

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

- preferisat će socijalno, kulturno i ekološko zajedništvo, ali s naglaskom na autohtonim elementima.

Sve će biti izraženija fragmentacija odmora, povećavanje udjela kratkih odmora i diverzifikacija destinacija. Manje će biti izražena sezonalnost turizma jer će turisti više puta na godinu ići na odmor, djelomično uslovljeno i krizom na emitivnim tržištima. Pojavit će se nove tržišne grupe, diverzifikovaće se motivi putovanja. Turisti će putem interneta biti sve informisani. Implementiraće se novi selektivni elementi ponude (nautički, sportski, wellness, lojni, ribolovni, seoski, vjerski, kongresni turizam). Konkurenca među destinacijama će se dodatno zaoštiti u borbi za osvajanje tržišne pozicije. U novim destinacijama s uključenim novim elementima ponude moraju se koristiti sve determinante razvojne strategije, ali na znatno višem nivou: istraživanje i razvoj, marketinške strategije, upravljanje ljudskim potencijalom, sastavom finansiranja... Nužno je implementiranje preduzetništva i generisanje nove generacije menadžera u detektovanju novih pravaca turizma.

~~Nosioci ponude će u inoviranoj razvojnoj strategiji primarno morati intenzivirati marketinške aktivnosti usmjerenе prema cilnjim segmentima. Posljedica toga će biti neproporcionalno povećanje marketinških i posebno promotivnih troškova koji moraju multiplicirati rezultate poslovanja. Polazište svih strategija mora biti istraživanje tržišta. Odgovori na tržišne podsticaje moraju biti što brži i efikasniji. Na tržišnim informacijama moraju se predviđati buduće tendencije ponude kako bi bili ispred zahtjeva turista i konkurenциje. Ponuda se ne smije prilagođavati trenutnim posticajima s tržišta jer joj zbog vlastite statičnosti treba previše vremena. U vrijeme kad je proizvod na tržištu, turisti će htjeti nešto drugo. Proaktivnim marketingom i plasmanom ponude u pravo vrijeme isporukom vrijednosti turistima i kontinuiranim inoviranjem nosioci ponude moraju definisati buduću potražnju. Prioritet je stvoriti novu ponudu, nove sadržaje i priviknuti turiste na njene prednosti. Time se ostvaruje prednost pred konkurenjom jer se preuzimanjem tuđih sadržaja ne može ostvariti primat na tržištu (i najbolja kopija je lošija od originala). Kao posljedica toga dolazi do jačanja novih forma marketinga i time do njegove rekonstrukcije. Nove su forme marketinga povezane i preklapaju se, odnosno ne postoji jasna distinkcija između njih.~~

U svrhu implementiranja novih oblika ponude potrebno je oplemeniti marketinške strategije.⁷ Nužno je još uže segmentirati tržište i diferencirati ponudu s ciljem naglašavanja vlastitih prednosti, valoriziranja šansi razvoja i limitiranja eksternih opasnosti. U budućnosti će se ponuda prilagođavati svakom turistu pojedinačno, iako je to s današnjeg gledišta financijski neisplativo. Konkurentska borba će se dodatno zaoštiti tako da će svaki turista moći izabrati između nijansi u kvaliteti turističkog proizvoda. Pozicioniranje će imati presudnu ulogu u procesu privlačenja turista. Svaka destinacija će morati imati prepoznatljivost koja će jasno upućivati turiste na njenu jedinstvenost.

Marketing mix moraće se prilagoditi turisti budućnosti. Razvijaće se novi oblici ponude koji su nepojmljivi mašti i afinitetima današnjeg turiste. U turizmu se teži ravnoteži između dviju krajnosti: unifikacije i diverzifikacije. Nužno je preuzeti sve što je kvalitetno (globalizacija), ali i osmišljati vlastite posebnosti i atraktivnosti (lokalizacija). Politika cijena neće imati presudnu ulogu, već kvalitet. Nasuprot njima značaj će imati i male turističke agencije koje će se uspješnije i brže moći prilagođavati novim tendencijama ponude (npr. brodske ture) i specijalizovati se za određenu vrstu turističkog proizvoda. Neophodno će biti ulagati rizik i kreativnost jer samo najkvalitetniji aranžmani garantuju uspjeh na turističkom tržištu.

⁷ Michael L., (2012), Publication, Tourism in Marine Environments, NY

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

Promocija mora biti sve djelotvornija, osmišljenija. Raznovrsnim rješenjima potrebno je privući pažnju potencijalnih turista.

Nužno je kreirati najefikasniji promotivni mix koji će najjače djelovati i uticati na ciljni segment. Odrednice razvojne strategije u cilju ostvarivanju konkurenčkih prednosti su: stalna inovacija ponude, izgradnja prepoznatljivog proizvoda, implementacija nove poslovne kulture i umrežavanje. Nužna je implementacija informacione tehnologije i primjene koncepta upravljanja kvalitetom. Strategija razvoja će doživjeti korjenitu rekoncepciju u budućnosti u borbi za potencijalne turiste u turbulentnom okruženju s naglaskom na nove elemente ponude.

15. Zaključak

Nautički turizam u Crnoj Gori sve više dobija na značaju. Kao nova vrijednost turističke ponude naša zemlja pozicionirala se kao destinacija koja, uz veliko prirodno bogatstvo i značajno kulturno-istorijsko nasljeđe, postaje prepoznatljivi centar nautičkog turizma. Crna Gora je u proteklom periodu ubrzanog turističkog razvoja prepoznała značaj ulaganja u visoko kvalitetnu turističku ponudu i razvoj nautičkog turizma. Nautički turizam je nova razvojna šansa za potpunu valorizaciju evidentnih potencijala Crne Gore, sa značajnim unapređenjem nivoa kvaliteta ponude i usluga u svim postojećim marinama. Kreatori strategije razvoja turizma imali su u vidu da se strateškim planiranjem i gradnjom znatnog broja novih savremenih marina naša zemlja može pozicionirati kao jedan od najznačajnijih predstavnika nove generacije i prepoznatljivih centara nautičkog turizma. Crna Gora se pozicionirala kao destinacija koja, uz veliko prirodno bogatstvo i značajno kulturno-istorijsko nasljeđe, može da postane lider u ovom vidu turizma. Turisti u sve većem broju stižu morem. Kruzeri su neizostavni tokom cijele godine.

Broj jahti u Crnoj Gori, kako stacioniranih tako i onih u tranzitu, iz godine u godinu se povećava i sve to predstavlja relevantan pokazatelj pravog razvojnog puta naše zemlje u pravcu ostvarivanja zacrtanih ciljeva u sferi nautičkog turizma. U strategiji razvoja turizma Crne Gore nautički turizam zauzima značajno mjesto, napominjući da se u svim mediteranskim zemljama tokom posljednjih nekoliko godina bilježi rast broja turista koji se opredjeljuju za ovaj vid turizma. Vlada Crne Gore usvojila je strategiju nautičkog turizma, odredivši tačne lokacije izgradnje marina, poslije čega je urađena klasifikacija i pripremna realizacija marina. Radi se o veoma kvalitetnom materijalu u kojem je predstavljeno sedam crnogorskih marina sa svim pojedinostima, ponudama i uslugama koje one pružaju.

Crna Gora, prema ocjeni evropskih stručnjaka za nautički turizam, u evidentno je boljoj poziciji od zemalja iz okruženja i Evrope uopšte. Za Crnu Goru nautički turizam predstavlja značajnu dodatnu vrijednost u njenoj turističkoj ponudi. Kotor je odavno prepoznat kao izuzetno vrijedna destinacija za kruzere. To se potvrđuje dolaskom veleleptnih i luksuznih putničkih brodova najelitnijih svjetskih brodskih i turističkih kompanija, tako da naš dragulj svjetske kulturne baštine, pod zaštitom Uneskoa, iz dana u dan bilježi nove rekorde u veličini brodova i prihvatu broja turista. Ovogodišnja sezona nautičkog turizma krenula je početkom aprila dolaskom brodova novih kompanija i rekordima kako po veličini plovila, tako i po broju turista. Takva situacija bila je prije par godina, kada je u Boku uplovio najveći brod „Celebrity“, koji je ikad stigao u kotorsku luku, čija je dužina 315 metara i koji ima 122.000 bruto registrarskih tona, a na kojem je bilo blizu 3.000 putnika.

Nautički turizam kao nova pojava u ekonomiji otkriva nove, sadržajnije ponude turističkog života a uz niz djelatnosti koje su posredno ili neposredno povezane sa cjelokupnom turističkom ponudom otvara prostor da, posebno u našoj zemlji postane jedan od unosnijih oblika turizma. Tome pogoduje blagonaklona geografska konstalacija koja je omogućila da se na malom porstoru od 13 812 km², smjesti veliko bogatstvo planina, mora, reka i jezera. Crna Gora kao mala država oslanja svoj ekonomski rast i razvoj, i direktno zavisi od turističke privrede. Iako se smatra da je ovo atraktivna turistička destinacija, svakako ne treba

Strateški pravci razvoja nautičkog turizma Crne Gore

prenabregnuti činjenicu da je ovdje turizam u redu veličine savremenih shvatanja ove privredne grane, tek u povoju. Potreban je određeni vremenski period, ljudski resursi, infrastruktura, i nadasve mnoštvo dobrih strategija koje bi obuhvatile pravce razvoja turizma u Crnoj Gori, uz imperativno ostajanje u okviru koncepta održivog razvoja. Kao glavna prepreka navodi se sezonski karakter turizma u Crnoj Gori, upravo tu se treba tražiti prilika za otvaranje novih sadržaja, i popularizovanje postojećih. Turisti, nosioci funkcije potrošnje u turističkoj delatnosti dugi niz godina imaju već ustaljene trendove- prema moru, planinskim centrima.

Dakle, sadržaje treba upotpuniti, prilagoditi ih što dužem vremenskom periodu, kako ne bi turistička sezona, a samim tim i privredni rast ovog malog sistema ekonomije, u potpunosti zavisila od količine sniježnog pokrivača i broja sunčanih dana. Tako rafting u proljećnim i zimskim mjesecima mora biti popularniji, tako se jedrenje na primjer, lijepim zimskim danima mora isticati u našim turističkim brošurama. Da ne govorimo o ronilačkim ekspedicijama... Uz sve to potrebna je savremenija, adekvatna infrastruktura, da bi se pružila što bolja usluga. Takođe neizostavna mora biti i ideja održivosti i ekološke savjesnosti kao glavnih vodilja turističke privrede.

16. Literatura

Štampani izvori:

1. Luković, T.(2007), "Nautical tourism Definitions and dilemma", Split
2. Haden, L.(2007.), Spa Tourism International, Travel and Tourism Analyst, No. 9, Mintel, London; 3. Leko, B.(1999.), Međunarodni marketing, Sveučilište Josipa Jurja Strossmajera, Ekonomski fakultet, Osijek
3. Jović, M.(1998), Međunarodni marketing, Institut ekonomskih nauka, Beograd,
4. Mihailović, B.(2009), Marketing u turizmu, CPI,Podgorica
5. Subotić D; (2005), „Principi menadžmenta u sportu i rekreaciji“, Centar za istraživanje, obuku i razvoj ljudskih resursa, Beograd,
6. Michael L., (2012), Publication, Tourism in Marine Environments, NY.
7. Zakon o turizmu, Pravilnik o vrstama objekata nautičkog turizma, minimalno tehničkim uslovima i njihovoj kategorizaciji,
8. Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine, Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, Podgorica, 2008.
9. Vukotić, V.,: Poslovanje i barijere u poslovanju u opština Bar, Budva i Ulcinj, Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj, Podgorica, 2008.
10. Zakon o turizmu Crne Gore, Skupština Crne Gore, Podgorica, 2010.

Internet izvori:

1. www.geografija.net
2. www.powerandmotoryacht.com
3. www.cem-gorskestaze.co.me
4. www.mrt.gov.me
5. www.googleimages.com
6. www.portomontenegro.com
7. www.bestofboka.com
8. www.crna.gora.me
9. www.montenegro.travel
10. www.visit-montenegro.com