

**Fakultet za mediteranske poslovne studije – Tivat**

**ULOGA INFORMACIONIH SISTEMA U NAUTIČKOM  
TURIZMU**

**SPECIJALISTIČKI RAD**

**Predmet: Informacioni sistemi u nautičkom turizmu**

**Mentor: Doc. dr Marko Nikić**

**Kandidat: Đukanović Nikola**

**Studijski program: Nautički turizam I  
upravljanje marinama**

**Broj indeksa: S40/14**

**Tivat, mart 2016.**

## SADRŽAJ

<b>Rezime .....</b>	4
<b>Abstract.....</b>	5
<b>Uvod .....</b>	6
<b>NAUTIČKI TURIZAM .....</b>	7
<b>1. Pojava i razvoj nautičkog turizma .....</b>	9
1.1. Faktori razvoja nautičkog turizma.....	10
<b>2. Definisanje nautičkog turizma.....</b>	12
<b>3. Razvrstavanje nautičkog turizma (osnovne škole izučavanja).....</b>	15
3.1. Humanistička škola izučavanja nautičkog turizma .....	15
3.2. Naučno-praktična škola izučavanja nautičkog turizma.....	16
<b>4. Značaj nautičkog turizma za razvoj privrede (pozitivni uticaji).....</b>	19
4.1. Neposredni uticaji nautičkog turizma .....	19
4.1.1. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje luka nautičkog turizma .....	19
4.1.2. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje i razvitak uslužnih djelatnosti.....	19
4.1.3. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje brodogradilišta.....	20
4.1.4. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje preduzeća za brodove i remontovanje.....	20
4.2. Posredni uticaji nautičkog turizma.....	20
<b>5. Negativni uticaji nautičkog turizma .....</b>	22
<b>6. Nautički turizam u Crnoj Gori.....</b>	23
<b>INFORMACIONI SISTEMI .....</b>	25
<b>7. Uvod u informacione sisteme .....</b>	27
<b>8. Definisanje informacionih sistema .....</b>	28
<b>9. Resursi informacionih sistema .....</b>	30
<b>10. Tipovi i vrste informacionih sistema .....</b>	31
10.1. Tipovi informacionih sistema.....	31
10.2. Vrste informacionih sistema.....	31
<b>11. Razlozi i činioci razvoja informacionih sistema .....</b>	34
<b>12. Značaj informacionih sistema.....</b>	35
<b>SISTEMI I NAUTIČKI TURIZAM .....</b>	37

<b>13. Informacioni sistemi u turizmu .....</b>	39
<b>14. Uticaj novih tehnologija na sisteme prodaje u turizmu .....</b>	43
14.1. Globalni distributivni sistemi .....	43
<b>15. Informacioni sistemi u nautičkom turizmu .....</b>	45
<b>16. Tendencije daljeg razvoja informacione tehnologije u turizmu .....</b>	49
<b>Zaključak .....</b>	50
<b>Spisak slika i grafikona .....</b>	52
Spisak slika.....	52
Spisak grafikona.....	52
<b>Literatura.....</b>	53
Knjige .....	53
Master, diplomske, specijalističke i seminarske radove .....	53
Internet .....	53

## **Rezime**

Sadržaj ovog specijalističkog rada čine tri poglavlja:

Poglavlje I: Nautički turizam

Poglavlje II: Informacioni sistemi

Poglavlje III: Sistemi i nautički turizam

Kako bismo ušli u problematiku *uloge informacionih sistema u nautičkom turizmu*, najprije smo se osvrnuli na pojavu nautičkog turizma, njegovo definisanje, razvrstavanje i specifičnosti. Posebno važna oblast u ovom poglavlju čine pozitivni i negativni uticaji nautičkog turizma.

Drugo poglavlje ovog specijalističkog rada tiče se definisanja, razvoja i značaja informacionih sistema uopšte.

Tek nakon što smo shavtili značaj nautičkog turizma za privredu i značaj informacionih sistema za poslovanje određene kompanije, mogli smo preći na treće poglavlje koje govori o značaju informacionih sistema za nautički turizam, i to ne samo značaj za nautičko-turističke kompanije, već i za same potencijalne i stvarne turiste, tj. kupce nautičko-turističkih proizvoda.

Ključne riječi: turizam, nautički turizam, informacioni sistemi, informaciona tehnologija, internet.

## **Abstract**

This study is made by three interrelated chapters:

- Chapter I: Nautical tourism
- Chapter II: Information Systems
- Chapter III: Systems and nautical tourism

Before going to the question of the importance of information systems in nautical tourism, first we looked at the beginning of nautical tourism, its definition, classification and specifics. Particularly important parts in this chapter are the positive and negative impacts of nautical tourism.

The second chapter of this study consists of the definition, development and importance of information systems in general.

Only after we understood importance of nautical tourism for the economy and the importance of information systems for any company, we were able to move to the third chapter which describes the importance of information systems for nautical tourism, and not only the importance for nautical companies, but also for the potential and actual tourists.

Keywords: tourism, nautical tourism, information systems, information technology, internet.

## **Uvod**

Nekada je turistima privlačnost prirodne i kulturne sredine bila dovoljna za preduzimanje putovanja. Danas to više nije slučaj. Gost daje prednost nekim specifičnim aktivnostima i sadržajima. Tako nastaju novi oblici turizma koji često daju obilježje cijeloj destinaciji.

Crna Gora je stvorila dobar osnov za razvoj više oblika turizma, počev od kupališnog, MICE, zdravstvenog, pa sve do ruralnog, pa i glof turizma. Jedan od najbrže rastućih oblika turizma u svijetu, pa i u Crnoj Gori jeste nautički turizam.

Nautički turizam je poseban oblik selektivnog turizma, u kome je motiv putovanja boravak i kretanje po moru i rijekama i s tim povezana rekreacija i razonoda uz pristajanje u lukama ili marinama. Osnovna karakteristika ovog oblika turizma jeste to da učesnici u njemu imaju veliku platežnu moć, vole luksuz i imaju dosta slobodnog vremena. Ovaj vid turizma ostvaruje značajne finansijske efekte i utiče na povećanje zaposlenosti, društvenog proizvoda, nacionalnog dohotka i uopšte životnog standarda.

Crnogorska obala ima veoma povoljan geografski položaj i odgovarajuće prirodne karakteristike, koje predstavljaju dobar temelj za razvoj nautičkog turizma.

Međutim, ukoliko u savremenom društvu ne idemo u korak sa razvojem tehnike i tehnologije, teško možemo govoriti i nadati se trendu rasta i razvoja. S tim u vezi, nijedna vrsta turizma, a posebno nautički, ne bi se mogao pohvaliti napretkom, a da se pritom poslovanje nije oslanjalo na informacionu i ostalu tehnologiju.

Naglim razvojem informacionih i komunikacionih tehnologija rješavaju se uočeni problemi u poslovanju. Razvijene zemlje ulaze u tzv. informatičko društvo koje se značajno razlikuje od industrijskog društva. Korišćenje informacione tehnologije bitno smanjuje troškove proizvodnje, povećava konkurentnost i naravno profitabilnost preduzeća. U savremenom poslovanju jedan od ključnih elemenata uspjeha i podrške predstavlja primjena informacionih tehnologija. Od donošenja svakodnevnih poslovnih odluka, preko realizacije poslovnih procesa, uspješne komunikacije, pa do arhiviranja podataka, sve počiva na savremenim informacionim tehnologijama. Primjena savremenih informacionih tehnologija zasniva se na upotrebi informacionih sistema pomoći kojih se lakše uspostavlja kontakt sa korisnicima usluga, obavlja operativni dio poslovanja, olakšava praćenje poslovnih aktivnosti, kao i izvještavanje o toku poslovnih procesa.

## **NAUTIČKI TURIZAM**

Slika 1 – Marina Porto Montenegro



Izvor: <http://www.charterworld.com/news/superyacht-rendezvous-montenegro-2015-host-strong-fleet-luxury-yachts>,  
11.11.2015., 19:16h

Slika 2 – Luka Kotor



Izvor: <http://www.radiodux.me/naslovnica/4742-luka-kotor-doekat-e-goste-u-novom-ruhu-novo-gratis-vez-zavlasnike-drvenih-barki>, 11.11.2015., 19:46h

## 1. Pojava i razvoj nautičkog turizma

Kroz istoriju razlozi pomorskih putovanja su bili ne samo osvajanja i društvene pobude, već i radoznalost, avanturizam i zabava. Pod uticajem raznih faktora (tehničko-tehnološki pronalasci i industrijska revolucija, razvoj turizma, ostvarivanje raznih radničkih prava itd.), koji su posredno ili neposredno djelovali, čovjek postaje svjestan toga da nautički turizam predstavlja izvjesno *privredno dobro*.

Nautički turizam, u zonama gdje ima uslova za njegov razvoj, postaje glavna determinanta turističkog razvoja kao dominantne privredne grane. Izgradnjom marina, plovila i drugih pomoćnih objekata, čovjek razvija nautički turizam kao jednu potpuno novu granu turizma koja nudi nove oblike rekreativne, zabave i sporta. Samim tim, ostvaruju se značajne investicije i prihodi, otvaraju se nova radna mjesta i mogućnosti zapošljenja. Sve to bitno utiče na povećanje nacionalnog dohotka i društvenog proizvoda, kao i na razvoj privrede u cjelini.

Počeci nautičkog turizma usko su vezani za nautičke sportove: veslanje i jedrenje. Tako se u 16. vijeku u Holandiji organizuju jahting takmičenja. Počeci nautičkog turizma u Engleskoj vezani su za povratak kralja Karla II Stuarta iz holandskog proganjanstva. Kralj je iz proganjanstva doveo jahtu na kojoj plovi iz razonode. Njegov primjer slijedi plemstvo. Potom se početkom 18. vijeka u Engleskoj osniva prvi jahting klub, a u Italiji krajem 19. vijeka i prvo regatno društvo.<sup>1</sup>

Razdoblje klasičnog nautičkog turizma, koji je bio ograničen na uski krug bogatih ljudi, trajalo je relativno dugo. Bio je karakterističan po tome što se odvijao na većim luksuzno-opremljenim plovilima, koja su pretežno krstarila obalom uz naizmjenično pristajanje.

Razdoblje savremenog nautičkog turizma u vezi je sa prvim kružnim putovanjima, koja su organizovana polovinom 19. vijeka. U razdoblju između dva svjetska rata, sve više ljudi počinje ploviti iz „zabave“. U tu svrhu osnivaju se jedriličarski klubovi i organizuju regatna takmičenja, koja imaju sve više učesnika. Sve do kraja Drugog svjetskog rata maritimna turistička kretanja ne mogu se smatrati posebnim vidom turizma, jer nemaju masovni karakter.

Šezdesetih godina prošlog vijeka, dinamika turističkih kretanja na plovnim objektima radi razonode i rekreativne, naglo se povećava. To dovodi do nastajanja savremenog nautičkog turizma. Grade se sve veći plovni objekti, dizel motor sve češće zamjenjuje jedra, više se plovi iz razonode i rekreativne. Pojava plastičnih masa i njihova primjena u brodogradnji, pojednostinila je izgradnju plovila i učinila ih pristupačnim širim ljudskim masama.<sup>2</sup> Osim toga životni standard i slobodno vrijeme su toliko uznapredovali da ljubitelji nautičkog turizma sve više traže udobnija i komforntnija plovila. Osim korišćenja vlastitih, plovila su počela sve češće da se iznajmljuju (čarter). Sve popularnija postaju luksuzna plovila – jahte, kao i manji sportski i luksuzni čamci, gliseri i jedrilice sa i bez motora.

U razvoju nautičkog turizma, svakodnevno se javljaju novi oblici i sadržaji. Uz tradicionalnu

---

<sup>1</sup> <http://www.pfri.uniri.hr/knjiznica/NG-dipl.LMPP/172-2013.pdf>, 12.11.2015., 20:18h – Omanović, D., *Kvaliteta usluge u lukama nautičkog turizma*, Rijeka, 2013. – DR, str.38

<sup>2</sup> [http://www.fms-tivat.me/download/spec-radovi/Silvana\\_Vidovic.pdf](http://www.fms-tivat.me/download/spec-radovi/Silvana_Vidovic.pdf), 12.11.2015., 21:48h – Vidović, S., *Razvoj opštine Tivta kroz projekte nautičkog turizma*, Tivat, 2015. – SR, str.8

turističku plovidbu, praktikuju se i neke nove aktivnosti (sportski ribolov, podvodno fotografisanje, sportska takmičenja i sl.). Turistički nautičari sve duže borave u lukama nautičkog turizma i tamo koriste različite sadržaje i usluge. To uzrokuje potražnju za novim turističko-ugostiteljskim uslugama, što obogaćuje nautičko-turističku ponudu.<sup>3</sup> Radi propagiranja nautičkog turizma, svugdje se u svijetu organizuju saloni nautike, izdaju brojni nautički vodiči, revije i razne druge publikacije.

Prema procjenama na svjetskim morima i unutrašnjim vodama plovi preko 20 miliona plovila namijenjenih sportu i rekreaciji. Oko 80 miliona ljudi profesionalno je vezano za nautički turizam. Na samom Mediteranu je 1994. godine bilo preko 4 miliona turističkih plovila i više od 10 miliona ljudi angažovanih u sferi nautičkog turizma. Zahvaljujući savremenim tehničko-tehnološkim rješenjima, pri izgradnji plovila kao i dinamici rasta nautičkog turizma, dinamika rasta plovila namijenjenih sportu i rekreaciji imala je u posljednjoj deceniji tri puta brži rast od rasta drugih plovila. Ulaganja u brodove namijenjene za kružna putovanja u 1995. godini iznosila su preko 9 milijardi dolara.

Osim intezivnog povećanja broja plovila, u posljednje vrijeme se masovno grade luke nautičkog turizma i drugi objekti namijenjeni pružanju usluga turistima - nautičarima. Godine 1996. u svijetu je bilo preko 10 hiljada marina od kojih 70% u SAD-u i 20% u Evropi.

Iz gore izloženog vidljivo je da nautički turizam ima nadprosječnu dinamiku razvoja, pa se može zaključiti da predstavlja jedan od najperspektivnijih oblika turističke djelatnosti. Brojni faktori: prirodni, društveno-ekonomski, tehničko-tehnološki, kulturni, zdravstveni i drugi, uslovili su veliku koncentraciju nautičko-turističkih zbivanja na vodenim prostorima pojedinih regija i područja.

### 1.1. Faktori razvoja nautičkog turizma

Osim činilaca koji utiču na razvoj turizma, na razvoj nautičkog turizma imaju jak uticaj i posebni faktori. Za nastanak i razvoj nautičkog turizma u nekoj zemlji, užem ili širem području ili regiji, moraju postojati odgovarajući faktori, i to, kako na strani potražnje, tako isto na strani ponude.

Nautički turizam kao i drugi oblici turističkog saobraćaja javlja se u trenutku kada za to postoje društveni, ekonomski i tehničko-tehnološki uslovi. Dinamika njegovog razvoja usko je povezana uz niz endogenih i egzogenih faktora. Na razvoj nautičkog turizma u nekoj zemlji, osim faktora koji utiču na razvoj turizma, presudni su i posebni faktori. U njih spadaju:

- faktori proizašli iz određenog nivoa razvoja ekonomije (privrede),
- faktori proizašli iz određenog nivoa razvoja turizma,
- faktori proizašli iz određenog nivoa razvoja društva u širem smislu.

Nautički turizam, kao oblik turističke potražnje, a i ponude, logična je posljedica sveukupnog ekonomskog razvoja u svijetu. Analizirajući ekonomski razvoj, kao faktora turističkog razvoja nautičkog turizma, može se zaključiti da je njegov uticaj višestruk. S jedne strane, ekonomski

---

<sup>3</sup> <http://www.fms-tivat.me/download/spec-radovi/Zorica-Mjesecovic-Specijalisticki-rad.pdf> 12.11.2015., 21:05h – Mjesečević, Z., *Strategija razvoja nautičkog turizma sa posebnim osvrtom na Porto Montenegro*, Tivat, 2014. – SR, str. 5

razvoj uslovljava stvaranje slobodnih finansijskih sredstava za kupovinu plovila i slobodnog vremena za plovidbu, što je temeljna prepostavka za nastanak nautičko-turističke potražnje, dok s druge strane, povećanjem industrijalizacije, urbanizacije i zagađenja životne sredine, što sve uslovljava ekonomski razvoj, propraćeno je većim ili manjim stepenom psihološkog stresa i raznih drugih oboljenja. Psihološki stres i druge psihofizičke i zdravstvene teškoće koje izaziva ekonomski razvoj, moguće je, ako ne otkloniti, onda bar ublažiti promjenom mesta boravaka, pri čemu, nautički turizam ima posebno značenje.

Tehnološki razvoj, kao sastavni dio ukupnog ekonomskog 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 pristupačnija 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.

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

Dok faktori potražnje utiču na stvaranje potreba, faktori ponude uslovljavaju da se te potrebe ostvare. Primjena ovih postavki na razvoj nautičkog turizma govori da nisu dovoljna samo odgovarajuća slobodna novčana sredstva za kupovinu 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 obuhvata, kako prirodne i antropogene atraktivne uslove, tako i ponudu odgovarajućih nautičko-turističkih privatnih, rekreativnih i drugih sadržaja i usluga.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Makarova, N., *Nautički turizam Crne Gore*, Beograd, 2014. – MR, str.13

## 2. Definisanje nautičkog turizma

Počeci plovidbe radi zabave, rekreacije i sporta obilježeni su već u 16. vijeku. Nautički turizam se kao oblik savremene turističke aktivnosti počeo razvijati u 19. vijeku. Intenzivnija izgradnja specijalizovanih luka za vez čamaca i jahti, kao i za boravak njihovih posada započela je u 20. vijeku. Za takve luke, Udruženje konstruktora motora i brodova iz Njujorka je 1928. godine upotrijebilo pojam *marina*, koji od tada postaje međunarodno priznat i korišćen naziv za osnovne objekte nautičkog turizma, tj. specijalizovane luke u kojima se osim vezova, uređaja, opreme i usluga održavanja plovila, njihovim korisnicima (nautičarima) nudi i sve veći broj različitih turističkih usluga smještaja, ishrane, razonode, zabave, sporta i sl.

Sam pojam *nautički turizam* proizilazi iz dva pojma: *nautički* i *turizam*. Pojam *nautički* potiče od grčke riječi *naus* što znači brod, lađa, ali i vještina plovidbe. U savremenom značenju *nautika* predstavlja skup praktičnih i teorijskih znanja i vještina potrebnih za sigurno i uspješno vođenje bilo kog plovila morem. Pojam *nautika*, u širem smislu, znači *pomorstvo*. Upravo je to razlog zbog kog se u međunarodnoj komunikaciji sve više koristi engleskim pojam *yachting tourism*, a sve manje *nautical tourism* ili *maritime tourism*. Jahta, kao simbol luksuznog turističkog odmora na moru, jače vezuje nautički turizam uz turističku djelatnost, a manje uz pomorstvo. Na taj se način dolazi do boljeg definisanja pojma *nautičkog turizma*, koji je dio turističke, a ne pomorske djelatnosti.

Dakle, pojam *nautički turizam* izvodi se iz definicije *turizma*, a ne iz definicije *pomorstva*. Određena nastojanja da se nautički turizam kao djelatnost poveže s pomorstvom, teorijska su zabluda. U definiciji turizma (*Turizam je skup odnosa i pojava koji proizilaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.*) ističe se dio "...ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost...". Samim tim, može se konstatovati da pomorstvo kao djelatnost nema obilježje turizma, jer se obavlja radi privredne djelatnosti prevoza tereta i ljudi, a brod pritom služi samo kao sredstvo za obavljanje te djelatnosti.

Sve ovo govori da za pojam *nautički turizam*, koji se uobičajeno koristi ne samo u svakodnevnom životu nego i u stručnoj i naučnoj literaturi, još uvijek ne postoji jedinstvena definicija. To potvrđuje i činjenica da se za razliku od, na primjer, ruralnog turizma ili kulturnog turizma, definicija *nautičkog turizma* ne može naći ni u dokumentima Svjetske turističke organizacije (WTO – World Tourism Organization).

Šta se pod pojmom *nautički turizam* najčešće podrazumijeva, sadržano je u sljedećim definicijama:

*Nautički turizam je multifunkcionalna turistička djelatnost sa veoma izraženom pomorskom komponentom.*

*Nautički turizam je selektivni oblik turizma koji potrebu za plovidbom u smislu zabave i odmora uobličava kroz turističku ponudu.*

*Nautički turizam je plovidba i boravak turista - nautičara na plovnim objektima i u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreativne. (Zakon o turističkoj djelatnosti Republike Hrvatske)*

*Nautički turizam je plovidba i boravak turista - nautičara na plovnim objektima (jahta, brodić i sl.), kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije (Zakon o turizmu RCG).*

*Nautički turizam je skup aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista - nautičara u lukama nautičkog turizma i plovidbom na vlastitim, iznajmljenim ili tuđim plovnim objektima radi rekreacije, sporta ili razonode.*

Pažljivom analizom datih definicija i uvođenjem nekih novih pojmoveva dobija se definicija koja sveobuhvatno objašnjava pojam *nautičkog turizma* u savremenim razmjerama.

***Nautički turizam je skup aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista - nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih, te korišćenje plovnih objekata i drugih objekata vezanih za nautičku turističku djelatnost, radi rekreacije, sporta, razonode i drugih potreba.***

Pojam „izvan njih” otvara mogućnost nautičarima da borave i na „divlјim vezovima” i u uvalama koje nijesu luke nautičkog turizma.

Plovidba nije uslov nautičkog turizma. Jedan dio korisnika nautičke turističke ponude boravi na plovilu, a da tokom cijelog svog boravka ne isplove. Zato je u definiciji pojam „plovidba” zamijenjen pojmom „korišćenje”.

Noćenje (ili smještaj) u okviru nautičko-turističke ponude, sve češće je povezano sa noćenjem u objektima koji su sastavni dio marina.

Osim sporta, rekreacije i razonode, koji obuhvataju gotovo sve ljudske potrebe i interesne sadržaje u potražnji nautičkog turizma, uveden je pojam „i drugih potreba”. Razlog tome je potražnja koja se gotovo svakodnevno širi u smislu motiva i dio je sve jačeg, strateškog menadžmenta marina, kao najvišeg stepena kvaliteta ponude.

Dakle, riječ je o vidu turizma koji obuhvata plovidbu i boravak turista - nautičara na vlastitim ili iznajmljenim plovilima za razonodu, sport i rekreaciju u lukama nautičkog turizma i svim drugim lukama, lučicama, prirodnim uvalama i zakloništima i s time neposredno i posredno povezane aktivnosti i djelatnosti.

Nautički turizam sadržajno je povezan s plovilom, a prostorno s vodom (morem, rijekom ili jezerom).

Proizilazi da je nedjeljni dio nautičkog turizma djelatnost iznajmljivanja plovila, a njegovim posebnim oblikom može se smatrati i plovidba i boravak turista na tradicionalnim brodovima-jedrenjacima. Takođe, njegov obavezni sadržaj predstavljaju mnogobrojne proizvodne i uslužne djelatnosti (mala brodogradnja, izrada jedara, usluge održavanja plovila i motora, instrumenata i opreme i sl.).

Iako sve to važi i za nautičare i plovila na rijekama, jezerima i kanalima, dakle i za nautički turizam na unutrašnjim vodama, činjenica je da je njegov udio u ukupnoj turističkoj ponudi, po svim pokazateljima nautičkog turizma, još uvek zanemarljiv.

Iz prethodnog možemo sumirati da usluge u okviru nautičkog turizma mogu biti sljedeće:

- iznajmljivanje prostora uz uređenu i djelimično ili potpuno zaštićenu obalu (vez) za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima;
- iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju (charter, crusing i sl.);
- prihvatanje, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu u moru i suvom vezu;
- usluge snabdijevanja nautičara (vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim djelovima, opremom i sl.);
- uređenje i pripremanje plovnih objekata;
- davanje različitih informacija nautičarima (vremenska prognoza, nautički vodiči i sl.);
- škole jedrenja, obuke za skutere i voditelje čamaca;
- obezbjeđivanje službe spašavanja i pružanja hitne medicinske pomoći;
- druge usluge za potrebe nautičkog turizma.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Luković, dr T., *Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje*, Dubrovnik, 2007., str.693

### 3. Razvrstavanje nautičkog turizma (osnovne škole izučavanja)

#### 3.1. Humanistička škola izučavanja nautičkog turizma

Ranih sedamdesetih godina 20. vijeka, u vremenu prvih početaka javljanja nautičkog turizma kao turističkog fenomena, pri Pedagoškoj akademiji u Zadru, razvila se *humanistička škola* izučavanja nautičkoga turizma. Prema izučavanju socijalnih i društvenih aspekata nautičkog turizma te škole, u centru pažnje se nalazi turista - nautičar sa svojim potrebama i potrošačkim motivima. Istražujući nautički turizam s tog stanovišta, mogla bi se kreirati sljedeća definicija nautičkog turizma: „*Nautički je turizam jedinstveni turistički doživljaj koji obuhvata aktivnosti na vodi i na kopnu.*”

Zbog preovladavajućeg motiva koji ga oblikuje, razlikujemo sljedeće vrste nautičkog turizma:

- mobilni,
- plovidbeni,
- kupališni,
- boravišni,
- sportski,
- zimski,
- izletnički,
- ribolovni,
- kulturni,
- zdravstveni i
- ambijentalni nautički turizam.

Sa stanovišta *veličine i vrste plovila*, nautički turizam dijelimo na:

- brodski ili „veliki“ nautički turizam (putnički, putničko-turistički brodovi, putničko-teretni brodovi, trajekti, feriboti i hidrokrilni brodovi, ploveće kuće ili ploveći hoteli i sl.),
- jahting turizam (jahte raznih tipova i veličina za krstarenje i izlete),
- moto-nautički turizam (jedrilice, čamci s motorom i bez njega, gliseri raznih vrsta, razna plovila za sport i rekreaciju, specijalna plovila za podvodnu aktivnost itd.).

Sa stanovišta *udjela, opsega i područja plovidbe* u nautičkom turizmu, on se dijeli na:

- „veliki“ nautički turizam (plovidba u većim plovnim objektima – okeanska krstarenja, krstarenja u zatvorenim morima, kruzing, duži izleti, čarteri),
- „mali“ nautički turizam ili zabavna navigacija (savremeno malo brodarstvo – „mala“ ili „4. flota“, jahte, jedrilice, sportski čamci, gliseri, razni plovni objekti za zabavu, dokolicu i sl.).

Sa stajališta *organizacije plovidbe* razlikujemo sljedeće podvrste nautičkog turizma:

- individualni,
- grupni, odnosno masovni i
- nautički turizam u konvojima.

Podjela nautičkog turizma prema *itinererima* (planu plovidbe) je sljedeća:

- u zatvorenim morima, rijekama i jezerima,
- prekomorski i okeanski – lokalni,

- nacionalni,
- međunarodni nautički turizam.

Vrste nautičkog turizma prema *svrsi plovidbe* jesu:

- izletnički nautički turizam,
- krstarenje, jedrenje,
- plovidba radi športa i razonode,
- podvodna plovidba,
- kombinovani i brzi turistički prevoz.

Podjela nautičkog turizma prema *sektorima* (područjima) izgleda ovako:

- obalni nautički turizam,
- kupališni (razna plovila - vozila za rekreaciju i sport na moru na nožni, ručni ili motorni pogon),
- nautički camping,
- ladanjski (boravišni) u turističkim lukama,
- nautički turizam na otvorenim morima i okeanima – ostrvski.

Vrste nautičkog turizma prema *opsegu*, mogu se promatrati sa tri stanovišta: *zemljopisno-fizičkog, tehničkog i komparativnog*, a to je u odnosu prema drugim oblicima turizma.

Takav je način istraživanja nautičkog turizma zanimljiv sa stanovišta nautičke potrošnje i istraživanja tržišta koje se zasniva na motivu koji oblikuje potražnju.

Činjenica da se nalazimo u vremenu intenzivnih investicija i razvijanja nautičkog turizma na području Mediterana, potencira i značaj humanističke škole izučavanja nautičkog turizma.

### 3.2. Naučno-praktična škola izučavanja nautičkog turizma

Naučno-praktična škola izučavanja nautičkog turizma zasniva se na privrednom i ekonomsko-pravnom izučavanju.

U teorijskom i pojmovnom smislu nautički turizam (za sada) ima tri osnovna pojavna oblika:

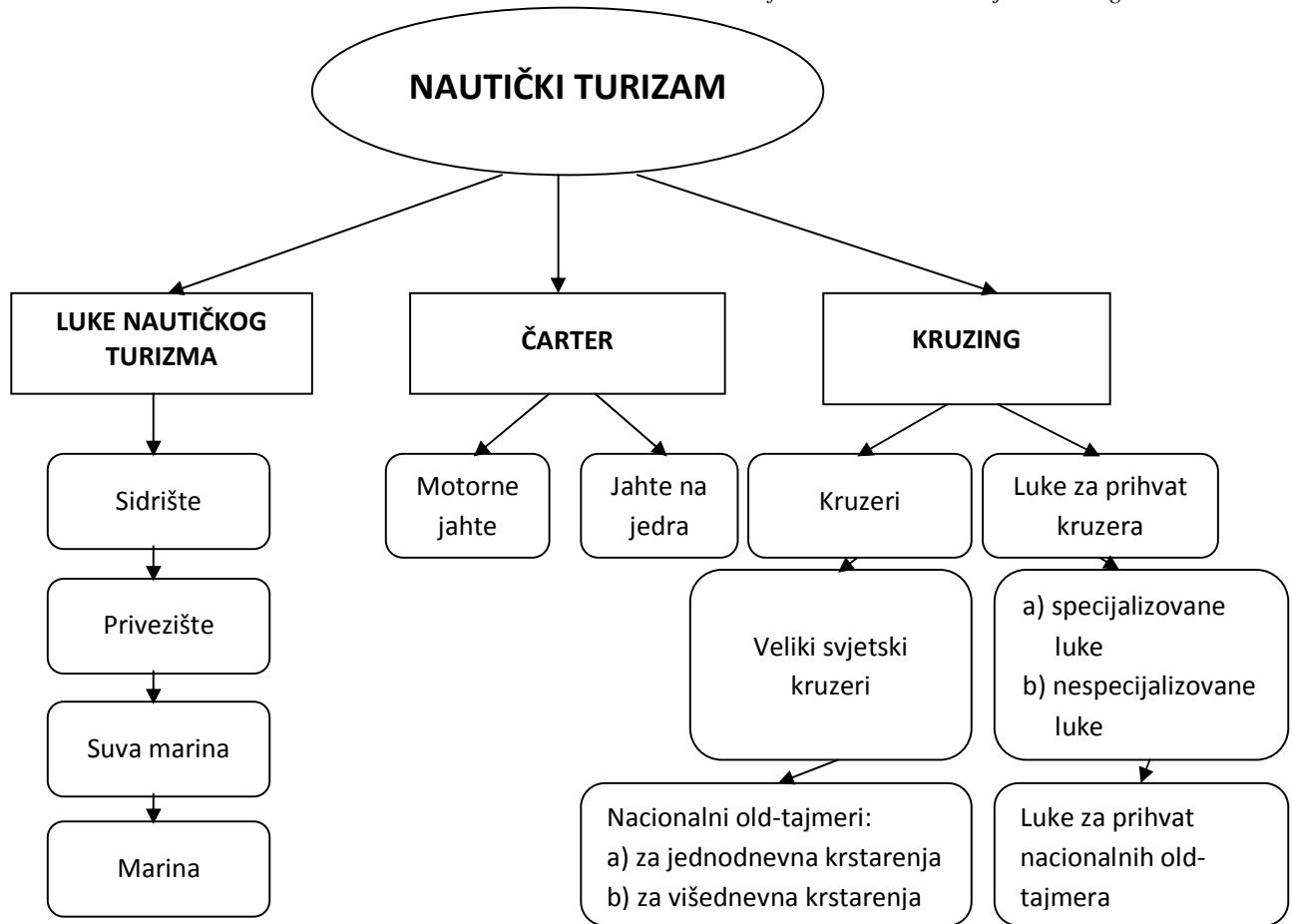
- luke nautičkog turizma,
- čarter ili čartering i
- kruzing.

Poslovanje u grupi *luke nautičkog turizma* podrazumijeva grupu poslova vezanih uz smještaj plovila i nautičara, kao i pružanje niza dodatnih usluga. Najrazvijeniji oblik poslovanja u toj grupi je poslovanje *marina*, kao najsloženijeg oblika luka nautičkog turizma.

Značaj marina u grupi luke nautičkog turizma po svemu je dominantan. Premoćna je uloga marina u strukturi luka nautičkog turizma na cijelom Mediteranu, osim na njegovom istočnom dijelu (Grčka i Turska).

Kada opisujemo luku nautičkog turizma, kao jednu od tri osnovne vrste nautičkog turizma, vidimo da su sve izraženiji zahtjevi za organizovanjem tzv. *komunalnih luka* nautičkog turizma kakve susrećemo u Španiji i u Italiji, a koje su posebna vrsta luka nautičkog turizma.

Grafikon 1 – Razvrstavanje nautičkog turizma



Izvor: Luković, T., *Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje*, Dubrovnik, 2007., str.704

*Čarter* (charter ili chartering) je poslovanje s plovilima ili brodovima u smislu njihovog iznajmljivanja nautičarima. Postupak formiranja čarter flote je složen proces koji se sastoji od kupovine brodova koji postaju vlasništvo kompanije, iznajmljivanja brodova od strane privatnih lica ili privrednih subjekata ili, pak, od zajedničkog poslovanja s drugim čarter kompanijama. Praksa nas uči da se čarter flota može formirati i na relativno neobičan način. Tako smo svjedoci da su u razdoblju između 1996. i 1999. godine najveće čarter flote bile u vlasništvu banaka. Razlog tome je veliko zanimanje za ulaganje u nautički turizam, a i to da u tom periodu male čarter kompanije nijesu mogle podmirivati svoje obaveze prema bankama, pa su oštiri uslovi banaka i nepodmirivanje obaveza, gotovo preko noći, pretvorili banke u vlasnike čarter flote. S protekom godina stanje se na tržištu potražnje postupno stabilizovalo i plovila su ponovo prešla u vlasništvo čarter kompanija, a banke su za svoje potrebe zadržale samo poneko plovilo.

*Kruzing* (cruising) je vrsta poslovanja nautičkog turizma, a organizuje se kao kružno putovanje plovilom kruzing kompanije ili za tu svrhu nabavljenim i posebno pripremljenim plovilom. Taj je oblik poslovanja u nautičkom turizmu veoma razvijen u zemljama zapadne Europe i svijeta. U našem okruženju se posljednjih godina razvija posebna vrsta kruzinga „Old Cruiser“. To je višednevno ili izletničko krstarenje na motornim jedrenjacima.

Potrebno je napomenuti da se poslovanje kruzinga odvija kroz poslovanje:

- a) plovilima za krstarenje – kruzerima i
- b) specijalizovanih luka za prihvat plovila za krstarenje.

Kruzing je veoma intenzivno povezan s lukama starih gradova na obali.

Kao što se vidi iz prethodnog grafikona (*grafikon 1*), nautički turizam je veoma složen i još uvjek nedovoljno obrađen fenomen. Osim navedene tri osnovne vrste nautičkog turizma, postoje i dopunske vrste koje se intenzivno razvijaju i po svojim aktivnostima pripadaju nautičkom turizmu, to su npr.: ronilački turizam, sportski ribolov, jedrenje na dasci i dr. Te vrste nautičkog turizma teže osamostaljivanju i oblikovanju u novu selektivnu nautičko-turističku vrstu.

Djelatnosti nautičkog turizma, u poslovnom smislu, klasifikovane su prema NKD listi djelatnosti (Nacionalna klasifikacija djelatnosti – državni administrativni dokument koji ima snagu zakona). Listu tih djelatnosti koje se odnose na poslovanje u nautičkom turizmu mogli bismo razvrstati na sljedeći način:

- a) *Osnovna klasifikacija po NKD listi djelatnosti:*  
Područje 61 – Vodeni prevoz (kruzing);  
Područje 71 – Iznajmljivanje strojeva i opreme; podgrupa 1.22 – Iznajmljivanje plovnih prevoznih sredstava (čarter),  
Područje 92 – Rekreacione, kulturne i sportske djelatnosti; podgrupa – 92.62.1 – Djelatnosti marina (poslovanje marina).
- b) *Komplementarne djelatnosti*, na primjer: hoteli, restorani, barovi, gradnja i opravka brodova i čamaca, servisiranje brodskih motora i nautičke opreme, trgovina, sportski tereni, organizovanje izleta, djelatnosti putničkih agencija i turoperatora, finansijske usluge i mnoge druge djelatnosti.

Uz osnovne i komplementarne djelatnosti nautičkog turizma potrebno je pomenuti i *komplementarne djelatnosti drugog nivoa*. Tu se, prije svega, prvenstveno misli na djelatnosti izvan područja nautičkoga turizma, a koje su poslovno povezane s njim. U tu grupu djelatnosti ubrajaju se gotovo sve djelatnosti razvrstane po NKD listi djelatnosti. Ipak, posebno bi valjalo istaknuti industriju plovila i opreme za plovila, ali i poljoprivredu, ribarstvo, trgovinu kao i saobraćajne i sve uslužne djelatnosti.

Na osnovu navedenog možemo konstatovati da se djelatnosti nautičkog turizma u stvaranju svog proizvoda prepišu s nizom drugih djelatnosti.

Dakle, nautički turizam se dijeli na: *poslovanje luka nautičkog turizma, čarter i kruzing*. Zbog ubrzanog razvoja ove turističke djelatnosti, privredni centri nautičkog turizma, posebno marine, u svojoj ponudi razvijaju veliki broj proizvoda. Gotovo se svakodnevno pronalaze neki novi proizvodi koji upotpunjaju ponudu marina, pa se u marinama grade heliodromi, sportski tereni, kongresne dvorane, wellness centri i mnogi drugi sadržaji. Sve to pokazuje da je razvrstavanje djelatnosti koje su u domenu nautičkog turizma jako nezahvalan posao, i to zbog neprestanog razvijanja novih proizvoda i ponude.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Luković, T., *Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje*, Dubrovnik, 2007., str.699

#### **4. Značaj nautičkog turizma za razvoj privrede (pozitivni uticaji)**

Turizam brzo i nepovratno mijenja ekonomsku i socijalnu sliku svijeta. Prema istraživanjima, doprinos turizma u bruto nacionalnom proizvodu turističkih zemalja iznosi od 6-10%. Turistički fenomen (kao i nautičko-turistička plovidba) odavno je transformisan u ozbiljnu društveno-ekonomsku djelatnost koja zadire gotovo u sve pore društveno-ekonomskog života pojedinih područja. Zahvaljujući nautičkom turizmu, naplaćuju se i prirodne atraktivnosti, a i drugi raspoloživi nautičko-turistički resursi. Dolaskom i boravkom nautičara u marinama, brojna neprivredna dobra i djelatnosti receptivne zemlje pretvaraju se u izdašne *privredne resurse*. Kroz potrošnju nautičara, posebno inostranih, ostvaruju se brojni posredni i neposredni uticaji na pojedine privredne subjekte i na privrednu zemljinu.

##### **4.1. Neposredni uticaji nautičkog turizma**

Neposredne 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,
- turistička, turističko-ugostiteljska i trgovinska preduzeća, uslužne radnje i drugi subjekti koji pružaju usluge nautičarima,
- brodogradilišta i
- brodska preduzeća, te remontne radionice koje prodaju plovila, vrše njihov remont i opravku, servisiraju i održavaju plovila nautičara i pružaju druge usluge.

###### ***4.1.1. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje luka nautičkog turizma***

Savremena marina je osnovni oblik luke nautičkog turizma. Ona je vrlo kompleksan objekat nautičko-turističke ponude, u kojoj se nautičarima nudi i realizuje čitav niz usluga nautičkog, zabavnog, sportskog i rekreativnog 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 vezane za plovila sa snabdijevanjem vodom, prodaja goriva i električne energije, održavanje i servis plovila, usluge iznajmljivanja plovila i posredovanje u njihovoj prodaji, usluge škole jedrenja i obuke za skutere i upravljanje brodovima, usluge davanja vremenskih prognoza i drugih informacija nautičarima, usluge telefona, prodaja suvenira i dr. Najbolji efekti od nautičkog turizma postižu se organizovanim čarterom, tj. iznajmljivanjem brodova nautičarima. Plovni park brodova za čarter uglavnom se sastoji od: jedrenjaka, glisera sa kabinom, jahti i jedrilica.

###### ***4.1.2. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje i razvitak uslužnih djelatnosti***

Pružanjem nautičko-turističkih usluga ostvaruju se i druge usluge ugostiteljske, trgovачke i druge usluge koje, kroz zadovoljenje potreba nautičara, stimulišu razvoj turističke, ugostiteljske, trgovачke, frizerske i druge djelatnosti. Iz tog razloga u lukama nautičkog turizma otvaraju se brojni ugostiteljski i trgovачki objekti i druge radnje. U lukama nautičkog turizma treba organizovati trgovачku mrežu koja je u stanju da na kvalitetan način snabdijeva nautičare potrebnim prehrabbenim i higijenskim artiklima. Pri izgradnji tih objekata treba voditi računa o tome da se ti objekti dobro uklope u prirodni ambijent, kao i o zaštiti prirodne sredine. Potrošnja nautičara zavisiće od kvaliteta pružanja tih usluga. Pouzdano, kompletno i pravovremeno snabdijevanje i pružanje usluga lukama nautičkog turizma, predstavlja dobar temelj za njegov kvalitetan razvoj.

#### *4.1.3. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje brodogradilišta*

Nautički turizam može povoljno uticati na razvoj brodogradilišnih preduzeća (naročito male brodogradnje) i industrije, ukoliko su u funkciji proizvodnje i održavanja plovila i opreme za potrebe nautičkog turizma. Osim prodaje plovila, sve češće se grade brodovi za iznajmljivanje. U posljednje vrijeme, sve je veća potražnja za luksuznim plovilima kao što su brodovi za krstarenja i luksuzno opremljene jahte, kao i za manje sportske čamce, glisere i jedrilice. Izgradnja plovila za potrebe nautičkog turizma pokazala se rentabilnjom od izgradnje plovila za druge namjene.

#### *4.1.4. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje preduzeća za brodove i remontovanje*

Preduzeća za brodove uključena u nautički turizam, u posljednje vrijeme bilježe dinamičan razvitak. Zbog velikog broja različitih tipova plovila i pogonskih motora, javlja se potreba za velikim brojem različitih popravki, rezervnih djelova, boja, strojeva, 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 s tim, mala brodogradnja nudi nautičarima i veliki broj različitih usluga kao što su: usluge tehničkog servisiranja plovila, kapitalni remonti, adaptaciju i rekonstrukciju plovila, intervencije nakon havarija, izvlačenje, pregledi i radovi konzerviranja i tekućeg remonta, interventne servisne usluge za povremene rade u marinama ili na proizvoljnim sidrištima, vezovima i sl. Za pružanje pomoći brodovima u havariji i interventne popravke u lukama nautičkog turizma i prirodnim uvalama, angažuju se brodovi-radionice, tj. putujuća servisna služba koja povremeno pruža usluge nautičarima izvan brodogradilišta. Svakom je nautičaru važno da li u mjestu u kom želi ljetovati ima mogućnosti popravke plovila i nabavke rezervnih djelova. U svrhu što veće konkurentnosti i uspešnije primjene novih tehnologija, nužna je poslovna saradnja i kooperativni odnos između raznih subjekata koji učestvuju u izgradnji, popravkama i održavanju plovila.

### 4.2. Posredni uticaji nautičkog turizma

Za razliku od neposrednih uticaja koje poslovni subjekti ostvaruju prodajom proizvoda ili usluga nautičarima, posredne uticaje imaju poslovni subjekti koji direktno ne prodaju usluge nautičarima, već to čine posredno. Tako, na primjer, građevinari grade marine i druge objekte za preduzeća koja pružaju usluge veza i druge usluge nautičarima. Brodogradilišna preduzeća proizvode plovila za sport i rekreaciju i rezervne djelove, koje prodaju nautičarima preko trgovačkih preduzeća, salona nautike i drugih radnji. Poljoprivredna preduzeća i proizvođači suvenira preko trgovačkih i ugostiteljskih preduzeća učestvuju u turističkoj potrošnji nautičara.

Uz brojne posredne i neposredne uticaje koje ima potrošnja nautičara na pojedine privredne subjekte koji stupaju u vezu sa nautičkim tržištem, nautički turizam još utiče posredno ili neposredno na: opšti privredni razvoj, komunalnu opremljenost, zapošljenost stanovništva, platni bilans zemlje, društveni proizvod, nacionalni dohodak itd.<sup>7</sup>

Izgradnja marina i drugih nautičko-turističkih sadržaja može pozitivno uticati na opštu komunalnu opremljenost lokalne sredine i povećati kvalitet različitih usluga. Tu se prvenstveno misli na izgradnju ili značajno poboljšanje kanalizacijske mreže vodovoda, telefonske ili električne mreže, ostvarivanje različitih servisa, poboljšanje kvaliteta usluga i više različitih

---

<sup>7</sup> <http://www.pfri.uniri.hr/knjiznica/NG-dipl.TOP/170-2013.pdf>, 13.11.2015., 21:29h

djelatnosti (otvaranje novih javnih govornica i mjenjačnica, uređenje okoline, širenje zelenih površina, povećanje radnog vremena u pošti i trgovini i sl.). 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 (primjer: marina „Porto Montenegro“ u Tivtu).

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 saobraćaju, s tendencijom povećanja tog broja. Kada je u pitanju zapošljavanje kadrova u nautičkom turizmu mogućnosti su velike i različite, jer ta oblast u poslovanje uključuje radnike različitih struka i profila. Primarna je usluga, a kod nje mašine ne mogu zamijeniti ljudski rad. U nautičkom turizmu posao nalazi lokalno stanovništvo. Najčešće se zapošljava u različitim servisima za održavanje brodova, ugostiteljskim objektima u marinama, školama za skutere i razne sportove, te raznim pomoćnim poslovima, kao što su: održavanje marina, uređivanje okoline, čišćenje, pranje i održavanje plovila i njihovog inventara i drugi pomoćni poslovi na kojima se zapošljava obučena radna snaga, posebno ženska.

Budući da je nautički turizam vezan za međunarodno nautičko-turističko tržište, potrošnja nautičara utiče na povećanje nacionalnog dohotka i deviznog prihoda. To se pozitivno odražava na razvitak nacionalne privrede. Nautičko-turističko tržište, u odnosu na ostala tržišta, obiluje brojnim specifičnostima i različitostima, što zahtijeva istraživanja koja u svoj sastav uključuju i niz potrebnih disciplina (marketing, geografija, antropologija, tehnologija, preduzetništvo, ekologija, futurizam i sl.), određenih njihovom interakcijom, kao i specifičnim inputima.

Kvalitetan i jedino opravdan pristup istraživanja svakog tržišta, pa i nautičko-turističkog, je onaj koji polazi 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. 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. Poznata je kompleksnost i heterogenost nautičko-turističkog proizvoda, jer se sastoji od čitavog niza elemenata koje pružaju različiti davaoci usluga. Od kvaliteta nautičko-turističkog proizvoda u najvećoj mjeri zavisi obim turističke potrošnje, što se odražava na povećanje nacionalnog dohotka i deviznog prihoda.

Nautičko-turistička potrošnja se najčešće utvrđuje pomoću metode anketiranja i metode procjene. Metoda anketiranja se sastoji u tome da se od odgovarajućeg broja nautičara pomoću unaprijed sastavljenog anketnog listića (upitnika) dobijaju 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. Metoda anketiranja u odnosu na metodu procjene ima prednost što je tačnija, a nedostatak su visoki troškovi.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjb6PC2\\_enJAhUEDw8KHdbiAkMQFggbMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.100megsfree.com%2Fmemo%2F2007%2Fmelkior\\_pojamimjestonautiskogturizmausvuremenomturizmufinal.doc&usg=AFQjCNHu9MRlzs4TXFuWWOVpqXHWv8iZOA&sig2=KApAr1FR4Ulma6dvYV7NjQ](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjb6PC2_enJAhUEDw8KHdbiAkMQFggbMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.100megsfree.com%2Fmemo%2F2007%2Fmelkior_pojamimjestonautiskogturizmausvuremenomturizmufinal.doc&usg=AFQjCNHu9MRlzs4TXFuWWOVpqXHWv8iZOA&sig2=KApAr1FR4Ulma6dvYV7NjQ), 15.11.2015., 18:09h

## 5. Negativni uticaji nautičkog turizma

Pored brojnih pozitivnih uticaja nautičkog turizma, javljaju se i neki negativni uticaji o kojima takođe treba voditi računa pri kreiranju razvojne i poslovne politike prema nautičkom turizmu. Negativni uticaji su posljedica nautičko-turističke aktivnosti svih učesnika u nautičkom turizmu, manifestuju se kroz:

- zauzimanje i uzurpaciju obalnih i morskih prostora;
- pretjeranu komercijalizaciju obalnog prostora, gdje je zanemaren interes domaćih nautičara;
- zagađenje obale i akvatorija naftom, naftnim derivatima i raznim ambalažnim i drugim otpacima;
- devastaciju i neovlašćeno prisvajanje biološkog i kulturno-istorijskog nasljeđa.

Svi ekspazivni oblici turističkog prometa su manje-više destruktivni, posebno, kada uslijed stihijskog i nekontrolisanog razvitka, postanu agresivni na prirodno osjetljiva i prostorno ograničena obalna područja, kao što su: prirodne plaže, uvale i manja ostrva. Nekontrolisanom i neisplaniranom izgradnjom luka nautičkog turizma i njihovih pratećih objekata infrastrukture i suprastrukture u prirodno osjetljivom području, često se, zauvijek gube i obezvrijedjuju neizmjerne estetske vrijednosti krajolika. Kada je u pitanju izgradnja marina, potrebna je velika opreznost pri raspolažanju obalnog prostora, koji je utoliko vredniji ukoliko ga manje ima. Na ekološki osjetljivim i vrijednim prostorima trebalo bi zakonom ograničiti komercijalnu izgradnju objekata. To čine i druge zemlje. Tako u Velikoj Britaniji ograničena izgradnja svih komercijalnih objekata na 16% od ukupne obale.

Nautički turizam, kao najveći korisnik akvatorija, ukoliko se želi uspješno razvijati, mora postati najveći promoter zaštite okoline. Potrebno je izbjegavati veliku koncentraciju luka nautičkog turizma na uskom obalnom prostoru, jer je zagađenje mora teže kontrolisati. Umjesto toga treba podsticati izgradnju manjih marina (od 50 do 100 vezova) na dislociranim područjima, posebno ostrvima.

Marine i drugi objekti izgrađeni uz našu obalu, pretežno su namijenjeni inostranim gostima. Potpuno je zapostavljen interes domaćeg nautičara. Često se usurpiraju javne površine prikladne za vezivanje brodova. Bezobzirno se naplaćuje, ne samo korišćenje takvih površina već i samo pristajanje plovila od svih mogućih legalnih i ilegalnih subjekata.

Plima heterogene mase ljudi, koja je neprestano u pokretu, posebno tokom turističke sezone, uz brojčano veliki promet automobila uz obalu, skupa sa plovilima svih vrsta i veličina u moru, izvor su nekontrolisane buke i zagađenja.

Nekontrolisano bavljenje sportskim ribolovom i raznim drugim podvodnim aktivnostima može biti opasno za biološki život. Za biološki život u moru posebno je opasan sportski ribolov nedopuštenim sredstvima, u zabranjeno vrijeme i u zabranjenim zonama. To može ugroziti riblji fond, koji je na našem dijelu Jadrana inače siromašan.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> hrcak.srce.hr/file/80118, 13.11.2015., 22:42h – Kovačić, M., *Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma*, Rijeka, 2004., str.144

## 6. Nautički turizam u Crnoj Gori

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 „Jegole Grakalić” 1949. godine, što svjedoči o tome da se Crna Gora bavila nautikom još u prvoj polovini 20. vijeka.

Nautički turizam, već odavno u svijetu prepoznat kao dobitna kombinacija kroz spoj uživanja i profita, 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 kulturno-istorijsko 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.<sup>10</sup>

Kvalitet obale daleko je bolji od drugih nama glavnih konkurenčkih 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 proctor devastirao.

Luka nautičkog turizma koja je pravilno locirana i dobro opremljena svim potrebnim uslugama, jedina ima sve pretpostavke za uspješno poslovanje. Prilikom izgradnje luke nautičkog turizma treba posebno voditi računa da se kvalitet vode u akvatorijumu očuva, da se u blizini marine nalazi razvijena saobraćajna infrastruktura uz postojanje autobuskih stajališta ali i dovoljna površina vezana za kompleks marine, za saobraćaj unutar same marine.

U Crnoj Gori postoje marine u Baru, Budvi, Kotoru, Herceg Novom i Tivtu, koje geografski pokrivaju cijelo crnogorsko primorje, a istovremeno zbog svog položaja predstavljaju dobar prirodni zaklon u slučaju nevremena. Ove marine raspolažu dobrim vezovima, navozima, dizalicama, pumpama za snabdijevanje gorivom plovnih objekata, radionicama za opravku jahti i

---

<sup>10</sup> <http://nautickiturizamucg.blogspot.com/>, 13.11.2015., 23:01h

čamaca i prodavnicama za prodaju specijalizovane opreme za jahte i čamce.

U cilju poboljšanja usluga u marinama, uvedene su „Plave zastavice” – međunarodni ekološki program zaštite mora, čiji je cilj održivo upravljanje morem i obalnim pojasom. „Plava zastavica” u marini podrazumijeva ispunjenost sljedeća 24 kriterijuma, od kojih su neki imperativni ili obavezujući (I), a drugi preporučljivi (P).<sup>11</sup> To su:

1. Ekološko obrazovanje i informisanost (I);
2. Informacije o lokalnim ekosistemima i ekološkim fenomenima (I);
3. Pravila ekološkog ponašanja u marini i okolnim područjima (I);
4. Informacije o programu „Plave zastavice” i kriterijumima za marine (I);
5. Minimum tri ekološko-edukativne akcije za korisnike i osoblje (I);
6. Individualna Plava zastavica za vlasnike brodova u marini (I);
7. Ekološko upravljanje (I);
8. Komisija za ekološko upravljanje marinom (P);
9. Ekološki plan marine (vode, otpad, potrošnja energije, zdravlje i bezbjednost, ekološki prihvatljivi proizvodi (I);
10. Adekvatni i propisno označeni kontejneri za opasni otpad (I);
11. Adekvatne kante za smeće koje se redovno prazne (I);
12. Oprema za prihvat reciklirajućeg otpada (I);
13. Oprema za prihvat balastnih voda (P);
14. Postrojenja za prihvat voda iz toaleta na brodovima (I);
15. Propisno održavanje objekata i opreme (I);
16. Adekvatni, čisti i dobro označeni sanitarni objekti uključujući i prostorije za pranje i pijaču vodu (I);
17. Zagađenje iz zone za popravku i pranje brodova ne smije da dospije u kanalizacioni sistem, zemljište, vodu ili okruženje (I);
18. Promovisanje održivih vidova prevoza (P);
19. Nema vožnje ni parkiranja u marini, osim u posebno određenim zonama (P);
20. Sigurnost i usluge (I);
21. Adekvatna i dobro označena oprema za spašavanje, prvu pomoć i oprema za gašenje požara (I);
22. Planovi hitnih intervencija za reagovanje prilikom požara, zagađenja i drugih nesreća u marini (I);
23. Istaknute mjere predostrožnosti i bezbjednosne informacije (I);
24. Struja i voda dostupni na svakom vezu (I);
25. Oprema i pristup za osobe sa posebnim potrebama (P);
26. Mapa sa rasporedom različitih sadržaja u marini (I);
27. Kvalitet vode (I);
28. Vizuelno čista voda u marini, bez tragova zagađenja (I).<sup>12</sup>

Valja napomenuti i to da je Crna Gora 16. oktobra 2006. godine postala članica Međunarodne pomorske organizacije (IMO - International Maritime Organization), čime se obavezala na naročitu pažnju u jačanju pravnog i administrativnog okvira u cilju poboljšanja sigurnosti i bezbjednosti na moru od zagađenja i ekološkoj zaštiti u lukama, marinama i brodogradilištima.

---

<sup>11</sup> <http://plava-zastavica.org.me/02/Prirucnik%20za%20marine.pdf>, 13.11.2015., 22:19h

<sup>12</sup> Makarova, N., *Nautički turizam Crne Gore*, Beograd, 2014. – MR, str.32

## **INFORMACIONI SISTEMI**

Slika 3 – Informacioni sistemi (1)



Izvor: <http://itrevizija.ba/2011/02/poslovni-informacioni-sistemi-u-sluzbi-izvjestavanja/>, 15.11.2015., 19:55h

Slika 4 – Informacioni sistemi (2)



Izvor: <http://informacionisistemi2.blogspot.com/>, 15.11.2015., 20:09h

## 7. Uvod u informacione sisteme

Posljednjih nekoliko decenija privređivanje karakterišu značajne dinamičke promjene uslovljene rastom znanja. Posljedica takvog razvoja ljudskog društva je ubrzan i izražen naučno-tehnički i tehnološki progres. Funkcionisanje poslovnog sistema usložnjava rastuća složenost poslovnih poduhvata i međusobna povezanost pojava i dešavanja u samom poslovnom sistemu i okruženju. Intenzitet promjena i kvalitativno izmijenjeni uslovi poslovanja ističu u prvi plan komuniciranje, kako bi se ostvarila interakcija i povezivanje svih elemenata sistema i okruženja. Naglim razvojem informacionih i komunikacionih tehnologija rješavaju se uočeni problemi u poslovanju. Razvijene zemlje ulaze u tzv. informatičko društvo koje se značajno razlikuje od industrijskog društva. Pronalaskom kompjutera čovjekov misaoni proces se iskazuje preko informacionih sadržaja. Danas još uvjek postojeća softverska rješenja ne zadovoljavaju potrebe čovjeka, tako da se problem pokušava riješiti uvođenjem vještačke inteligencije.

Danas su informacije kroz nauku, inovacije, transfer tehnologije, „know how“ i „show how“ vrlo značajna komponenta razvoja privrede. U savremenom poslovanju jedan od ključnih elemenata uspjeha i podrške predstavlja primjena informacionih tehnologija. Od donošenja svakodnevnih poslovnih odluka, preko realizacije poslovnih procesa, uspješne komunikacije, pa do arhiviranja podataka, sve počiva na savremenoj informacionoj tehnologiji. Primjena savremenih informacionih tehnologija zasniva se na upotrebi informacionih sistema pomoći kojih se lakše uspostavlja kontakt sa korisnicima usluga, obavlja operativni dio poslovanja, olakšava praćenje poslovnih aktivnosti, kao i izvještavanje o toku poslovnih procesa. Upotreba informacione tehnologije značajno smanjuje troškove proizvodnje, povećava konkurentnost i naravno profitabilnost preduzeća.

Pored informatizacije procesa proizvodnje sve više se i sama informacija koristi kao roba. Nije toliko riječ o novim informacijama, već o radikalnom poboljšanju načina na koji se informacija distribuira krajnjim korisnicima. Radi se o selektivnim informacijama, čija poruka ima značajnu vrijednost, pri čemu je vrijeme potrebno za pristup ovim informacijama veoma malo.<sup>13</sup>

U posljednjih nekoliko decenija svjedoci smo intenzivnog razvoja informacione tehnologije. Kontinuirani razvoj informacionih tehnologija doprinosi razvoju poslovanja, a naročito u oblasti turizma. Zahvaljujući primjeni informacionih tehnologija turizam doživljava ekspanziju u svom poslovanju.

Informacioni sistemi, dakle, menadžerima pružaju informacije (podatke) potrebne za donošenje odgovarajuće odluke u odnosu na planirane aktivnosti preduzeća, a potom i relevantni izveštaji o poslovanju.

---

<sup>13</sup> Đuričić, D., *Informacioni sistem u poslovnim organizacijama*, Bar, 2013. – SR, str.3

## 8. Definisanje informacionih sistema

U cilju preciznijeg definisanja *informacionih sistema* mora se poći od sljedećih opštih pojmova.

*Podatak* je sirova činjenica koja predstavlja neku istinu iz stvarnog svijeta. Pojedinačni podaci sami za sebe znače malo ili nemaju neko značenje, dok *informacija* predstavlja interpretaciju podatka tj. pročišćen, organizovan i obrađen podatak koji ima neko značenje. Informacija je subjektivnog značenja, onakvog kakvog ga je primalac razumio, a znanje se gradi na temelju novih informacija koje se nadovezuju na postojeće znanje.

Danas proces informisanja predstavlja proces stvaranja informacije obradom podataka uz pomoć informacionih tehnologija. Proces prelaska podatka u informaciju zasnovan je na sedam koraka koji zajednički obuhvataju proces informisanja:

- *Prikupljanje* – proces koji se sastoji od: definisanja potrebnih podataka, identifikacije izvora podataka, izbora načina prikupljanja i samog prikupljanja podataka.
- *Organizovanje* – proces koji uređuje, predstavlja i formatizuje podatke za korišćenje u ostalim procesima informisanja.
- *Analiza* – podrazumijeva tumačenje podataka i njihovu transformaciju u informaciju.
- *Čuvanje* – skladištenje podataka, koje je veoma olakšano primjenom uređaja za čuvanje podataka kao što su magnetni diskovi, magnetne trake, optički diskovi, hard diskovi i drugi.
- *Obrada* – za koju je „zadužen” mikroprocesor računara.
- *Primanje i prenošenje* – podrazumijeva transfer podataka unutar i između informacionih sistema.
- *Prikazivanje* – prezentacija informacije iz informacionog sistema.<sup>14</sup>

*Sistem* je uređeni poredak međuzavisnih komponenti povezanih zajedno prema nekom planu za postizanje određenog cilja. Uopšteno govoreći, sistem je oblik društvene organizacije, skup povezanih djelova, skup jedinica organizacijski ujedinjenih u cjelinu, organizacija nečega uslovljena planskim i pravilnim rasporedom djelova.

*Komponente sistema* jesu njegovi fizički djelovi, ulazi i izlazi, te procesi i upravljački postupci (planiranje, organizacija, upravljanje i kontrola). U elemente sistema spadaju:

- **Podsistemi:** komponente koje pripadaju sistemu
- **Granica:** definiše opseg i domaćaj sistema
- **Okolina:** sve što je izvan granica sistema, ali utiče na sistem
- **Ulazi:** elementi koji ulaze u sistem iz okoline
- **Izlazi:** elementi koji napuštaju sistem
- **Okruženja:** veze između sistema i njegove okoline (zaštita)
- **Ograničenja:** unutrašnji i spoljni faktori koji ograničavaju funkcionisanje sistema.

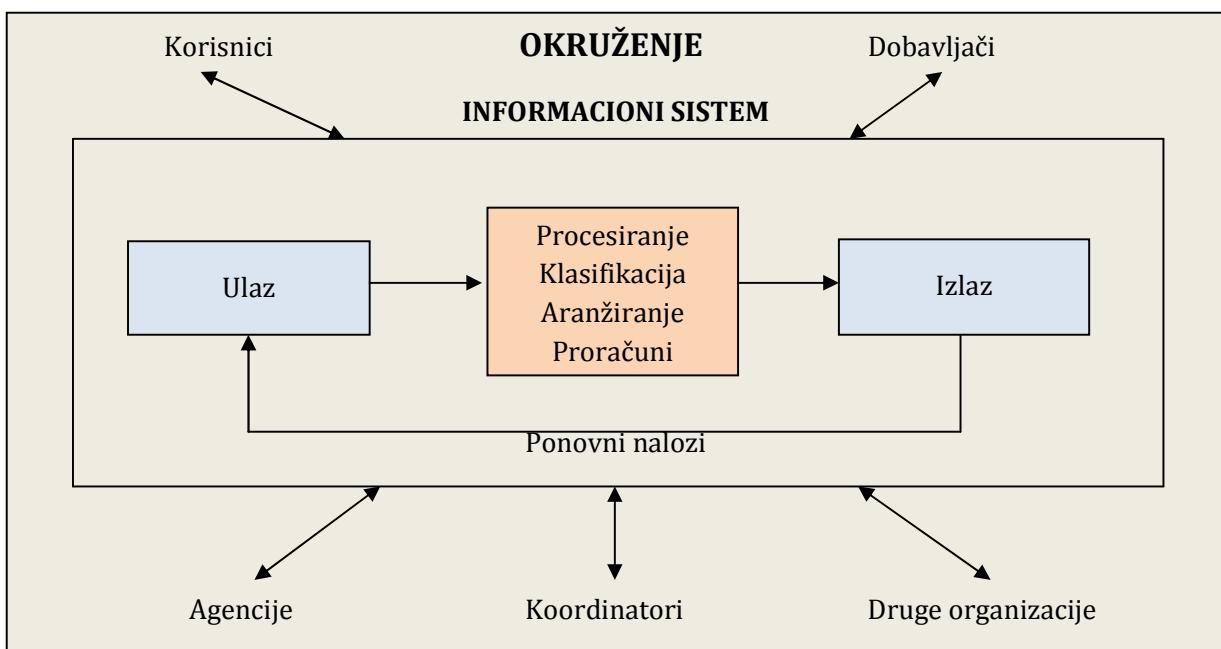
---

<sup>14</sup> <http://www.ef.uns.ac.rs/Download/ris/staro-2012-04-03/2011-06-29-master-razlika-deo-1.pdf>, 15.11.2015., 21:18h

*Informacioni sistem* je skup komponenata organizovanih tako da omogućavaju registrovanje, prikupljanje, prenos, obradu, skladištenje, analizu i distribuciju informacija u cilju donošenja odluka, koordinacije i kontrole u organizaciji. Informacioni sistemi, dakle, služe kao pomoć menadžerima i radnicima za analizu raznih problema, kao i veoma korisna pomoć kod izrade novih proizvoda. Takođe, informacioni sistem sadrži i neophodne informacije o ljudima, mjestima i stvarima unutar organizacije ili okruženja.

Svaki informacioni sistem sadrži elemente na ulazu i izlazu, odnosno inpute i outpute, kao i odgovarajuće procese i upravljanje. *Input* skuplja neobrađene podatke unutar organizacije ili iz okruženja. *Procesiranje* je proces koji ove podatke obrađuje i dovodi ih u razumljivu formu. *Output* prenosi procesirane tj. obrađene podatke ljudima koji će ih koristiti za donošenje odluka. Informacioni sistem zahtijeva i *feedback*, a to je output koji je vraćen određenom broju članova u organizaciji da im pomogne da procjene ili isprave fazu inputa.

Grafikon 2 – Funkcije u informacionom sistemu



Izvor: <http://itrevizija.ba/wp-content/materijal/razno/PojamInformacionihSistemia.pdf>, 16.11.2015., 22:07h

*Informacioni sistemi* (**IS** – Information Systems) se mogu zasnovati na rješenjima koja prepostavljaju korišćenje poslovne dokumentacije (tzv. manuelna obrada informacija) ili rješenjima koja su djelimično ili potpuno bazirana na primjeni informacione tehnologije, tj. na korišćenju računara (*Informacioni sistemi bazirani na računaru*, *Kompjuterizovani informacioni sistemi* ili *Računarom podržani informacioni sistemi*). U literaturi se koristi još i skraćenica **CBIS** (Computer Based Information System, tj. informacioni sistem podržan računaram).<sup>15</sup>

<sup>15</sup> <http://itrevizija.ba/wp-content/materijal/razno/PojamInformacionihSistemia.pdf>, 16.11.2015., 23:04h

## 9. Resursi informacionih sistema

Informacioni sistem je socio-tehnički sistem koji upotrebljava, organizuje i efektivno i efikasno koristi određene resurse. Resursi informacionog sistema su:

- ljudski resursi,
- hardverski resursi,
- softverski resursi,
- resursi podataka i
- resursi računarskih mreža.

Ljudski resursi su neophodni za funkcionisanje informacionih sistema. Informatički stručnjaci i krajnji korisnici informacionih sistema čine ljudske resurse. Informatički stručnjaci, odnosno IT specijalisti, su ljudi koji razvijaju, implementiraju, ocjenjuju i održavaju informacione sisteme. Ljudski resursi mogu biti: projektanti informacionih sistema, sistem analitičari, programeri, administratori baza podataka, softver inženjeri, specijalisti za hardver i mreže, operateri i drugi. Stručnjaci ovih profila vrše određene poslove i izvršavaju konkretnе radne zadatke. Krajnji korisnici su ljudi koji koriste informacioni sistem i njegove informacione proizvode u svakidašnjem radu. To mogu biti menadžeri, analitičari, inženjeri, istraživači, komercijalisti, računovođe, tehničko osoblje i drugi. Većina zaposlenih u organizaciji su krajnji korisnici informacionog sistema.

U hardverske resurse spadaju cijelokupni računarski resursi koji tehnički podržavaju rad informacionog sistema. Riječ je o računarskim sistemima koji se odnose na servere baze podataka (veliki i računari opšte namjene), servere aplikacija (mini računari), radne stanice (mikro računari), periferne jedinice (štampači, tastature, monitori, magnetni i optički čitači i sl.), elektromagnetne medije za smještaj podataka (diskovi, diskete, optički diskovi, magnetne trake i dr.), a svi zajedno čine integralnu tehničku podršku i hardverski resurs informacionih sistema.

Softverski resursi uključuju sve vrste programskih instrukcija i procedura. Operativni sistemi, programi prevodioci, sistemi za upravljanje bazama podataka, statistički paketi i veliki broj i korisničkih programa (aplikativni softveri) predstavljaju resurs informacionih sistema od ogromnog značaja za organizaciju. Niz procedura koje upućuju korisnika kako da koristi svoj informacioni sistem su, takođe, značajan softverski resurs.

Podaci, informacije i znanje su resurs ne samo informacionih sistema, nego i cijele organizacije, a predstavljaju resurs koji je podjednako važan kao i drugi resursi. Ovaj resurs se često organizuje u bazama podataka.

Resursi računarskih mreža, lokalnih i globalnih, sa aktivnom i pasivnom mrežnom opremom, uređajima i instalacijama, su okosnica telekomunikacionog podsistema informacionog sistema. Telekomunikacione mreže kao što su intranet, ekstranet i internet, su postale neminovnost uspješnog funkcionisanja organizacije i integralnih informacionih sistema. Ovi resursi uključuju:

- komunikacione medije, kao što su koaksijalni kablovi, fiber-optički kablovi, mikrotalasni sistemi, satelitski komunikacioni sistemi i drugi,

- mrežnu opremu: ruteri, svičevi, modemi, habovi, priključci i druga mrežna oprema i
- komunikacioni kontrolni softver.<sup>16</sup>

## 10. Tipovi i vrste informacionih sistema

### 10.1. Tipovi informacionih sistema

Najjednostavnija i osnovna podjela informacionih sistema je na:

- formalne i
- neformalne informacione sisteme.

*Formalni informacioni sistemi* zasnivaju se na opšte prihvaćenim i fiksnim definicijama podataka i procedura za sakupljanje, bilježenje, obradu i korišćenje tih podataka. Pod formalnim sistemom podrazumijeva se informacioni sistem koji je strukturiran tj. radi na osnovu saglasnosti sa prethodno definisanim pravilima koja su relativno fiksna, odnosno već propisana i utvrđena i ne mijenjaju se lako.

Formalni informacioni sistemi mogu biti kompjuterski bazirani ili ručni. Ručni sistemi koriste tehniku papira i olovke, dok se kompjuterski informacioni sistemi oslanjaju na tehnologiju hardvera i softvera za obradu podataka.

*Neformalni informacioni sistemi* oslanjaju se na neodređena pravila ponašanja. Tu nema slaganja o tome šta je informacija ili kako bi trebala biti zabilježena ili obrađena. Ovakvi sistemi su veoma bitni za život jedne organizacije.

### 10.2. Vrste informacionih sistema

Klasifikacija savremenih informacionih sistema može se izvršiti sa više stanovišta: prema organizacionoj strukturi, funkcionalnoj oblasti, pruženoj podršci i arhitekturi sistema.

Informacioni sistemi razvrstani prema *organizacionoj strukturi* su:

- Odjeljenjski informacioni sistemi – često organizacija koristi nekoliko aplikacionih programa u jednoj funkcionalnoj oblasti ili odjeljenju;
- Informacioni sistemi preduzeća – dok su odjeljenjski informacioni sistemi često povezani sa funkcionalnom oblašću, zbir svih odjeljenjskih aplikacija u kombinaciji sa aplikacijama drugih funkcija obuhvata sistem cijele firme;
- Međuorganizacioni sistemi – neki informacioni sistemi povezuju više organizacija.

Klasifikaciju informacionih sistema je moguće izvršiti i prema *funkcionalnoj oblasti* na:

- računovodstveni i finansijski informacioni sistem,
- proizvodni informacioni sistem,
- marketinški informacioni sistem i
- informacioni sistem upravljanja ljudskim resursima.

U jednoj organizaciji računovodstveni i finansijski informacioni sistem podrazumijeva podsistem prihoda, rashoda, glavne knjige i izvještavanja, kao i finansijsko predviđanje i planiranje, finansijsku kontrolu, upravljanje novčanim sredstvima i internu kontrolu (reviziju).

---

<sup>16</sup> [http://www.ef.uns.ac.rs/Download/razvoj\\_is/2009-03-17\\_informacioni\\_sistemi.pdf](http://www.ef.uns.ac.rs/Download/razvoj_is/2009-03-17_informacioni_sistemi.pdf), 17.11.2015., 17:17h

Proizvodni informacioni sistem u jednoj organizaciji je odgovoran za proces koji transformiše ulaze i korisne izlaze. Informacione tehnologije treba da podržavaju: upravljanje unutrašnjom logistikom i upravljanje materijalom, planiranje proizvodnje i poslovnih operacija, automatizaciju projektovanja i proizvodnje i računarski integriranu proizvodnju. Mnoge aktivnosti u upravljanju marketingom imaju podršku marketinškog informacionog sistema, npr.: određivanje cijene proizvoda ili usluga, produktivnost prodavaca, analiza rentabilnosti proizvod – kupac, analiza prodaje i trendovi, planiranje novih proizvoda, usluga i tržišta. Informacioni sistem upravljanja ljudskim resursima podrazumijeva sljedeće informacione podsisteme: podsistemi zaposlenih, praćenje kandidata, praćenje radnih mjesto, praćenje obučenosti zaposljenih, održavanje spiska beneficija i planiranje kadrova.

Kada se izvrši klasifikacija informacionih sistema prema *pruženoj podršci*, vrste informacionih sistema su: MIS (Management Information Systems), DSS (Decision Support Systems), TPS (Transaction Processing Systems), EIS (Executive Support Systems), koji su najčešće zasnovani na informacionim arhitekturama kao što su KBS (Knowledge Based Systems) i DW (Data Warehouse). Riječ je o menadžerskim informacionim sistemima, tj. sistemima koji daju podršku donošenju odluka od strane menadžera organizacije.

MIS – menadžment informacioni sistem je klasični upravljački informacioni sistem, koji pripada drugoj razvojnoj fazi informacionih sistema. Javlja se kao odraz potrebe da se menadžmentu na adekvatan način obezbijede neophodne informacije za odlučivanje i upravljanje, prije svega, za donošenje operativnih i taktičkih odluka. Ovi sistemi pretražuju informacije o internim operacijama iz baze podataka i kontinuirano ih ažuriraju. Oni, takođe, obezbijeduju mnogo korisnih podataka i informacija o okruženju organizacije, koji dolaze iz eksternih izvora.

DSS – sistem podrške odlučivanju jeste interaktivni, na računarima zasnovani, informacioni sistemi koji se koriste sofisticiranim modelima analize podataka, modelima odlučivanja i specijalizovanim bazama podataka sa svrhom podržavanja procesa polustrukturisanog i nestrukturisanog menadžerskog odlučivanja. DSS se, s jedne strane, razlikuju od sistema transakcione obrade podataka (TPS), koji su usredsređeni na obradu podataka generisanih poslovnim transakcijama i operacijama, a s druge strane, od MIS-a, koji su usredsređeni na obezbijevanje unaprijed specifikovanih informacija – izveštaja za menadžere, kojima bi trebalo da pomognu u procesu pretežno strukturisanog donošenja efektivnih upravljačkih odluka, dok DSS omogućavaju menadžerima analitičko modelovanje, simulaciju, eksploraciju mogičih alternativa i dr.

EIS su kategorija informacionih sistema namijenjeni za podršku odlučivanju izvršnim menadžerima, odnosno, vrhovnom menadžmentu organizacije, mahom da bi zadovoljili strateške informacione potrebe. Ovi sistemi prikupljaju podatke iz mnogih izvora, agregiraju ih, kompariraju, analiziraju raznovrsnim analitičkim postupcima i vrše njihovu vizualizaciju prema zahtjevima menadžera. Oni obezbijeduju selektivno, brzo i lako razumljive informacije o ključnim faktorima koji su kritični za postizanje stratških ciljeva organizacije. Mnogi ih smatraju podgrupom DSS-a.

KBS – sistemi bazirani na znanju oslanjaju se na znanju i vještackoj inteligenciji. Na pomjeranje granica informacionih sistema znatan uticaj su imala postignuća upravo u oblasti

vještačke inteligencije (AI). Pod vještačkom inteligencijom se obično podrazumijeva dio nauke o računarima usmjeren na stvaranje i proučavanje računarskih programa koji ispoljavaju ponašajna svojstava koja mi identifikujemo kao inteligentna u ljudskom ponašanju – znanje, rezonovanje, učenje, rješavanje problema, razumijevanje jezika i dr. Među veoma praktične aplikacije vještačke inteligencije u klasi sistema zasnovanih na znanju, spadaju ekspertni sistemi (ES – Expert Systems). Pod ekspertnim sistemom se podrazumijeva računarski program koji se koristi znanjima radi oponašanja ponašanja čovjeka – eksperta.

DW je veliko, jedinstveno, integrисано, prilagodljivo, elastično i bezbjedno skladište podataka koje obezbijeđuje infraструктурnu osnovu informacionih softverskih aplikacija u organizaciji i koje sadrži ka korisniku usmjerene, integrisane, vremenski varijantne, postojane, multivarijantne skupove relevantnih podataka, lako dostupnih i podložnih analiziranju i manipulisanju, za svrhu podržavanja procesa odlučivanja u upravljanju organizacijom i njenim procesima.

Kreiranjem DW-a organizacija sakuplja svoje podatke i smješta ih u jedno skladište, organizujući ih na način koji obezbijeđuje laku i brzu dostupnost podataka, kao i njihovu podložnost odgovarajućem manipulisanju i analiziranju s ciljem sticanja potrebnih informacija, pa i takvih koje će omogućiti nove uvide u procese kojima se upravlja.

Klasifikacija informacionih sistema prema *arhitekturi sistema* odnosi se na:

- sistem baziran na centralnom računaru,
- personalni računar (PC) i
- distribuirani ili umreženi računarski sistem.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> <http://itrevizija.ba/wp-content/materijal/razno/PojamInformacionihSistemia.pdf>, 16.11.2015., 23:04h

## 11. Razlozi i činioci razvoja informacionih sistema

Proces razvoja informacionih sistema je veoma složen i bitno je utvrditi razloge i činioce koji na to utiču. Oni mogu biti interne i eksterne prirode. *Eksterni razlozi* se odnose na ekonomski, tehnološke, političke, pravne i druge promjene. *Interni razlozi* se odnose na promjenu ciljeva organizacije, promjenu organizacione klime i kulture i ostale promjene.

Osnovni razlozi zbog kojih se informacioni sistemi kontinuirano razvijaju su sljedeći:

- *Problem sa postojećim informacionim sistemom* – osnovni problem ovog stanja su netačne i zakašnjele informacije ili nedostatak informacija za funkcionisanje poslovnog sistema.
- *Potreba efektivnijeg i efikasnijeg trošenja rada* – u nekim poslovnim sistemima postoji veliki broj aktivnosti sa velikom frekvencijom, koje se obavljaju ručno. Ako se ove aktivnosti ostvaruju primjenom informacione tehnologije, mogu se postići značajne uštede.
- *Potreba obezbijedenja kvlaitetnijih informacija za proces odlučivanja* – prosta zamjena aktivnosti u pojedinim segmentima preduzeća nije krajnji domen primjene informacione tehnologije. Mnogi poslovni sistemi nastoje da razvojem novog modela informacionih sistema pokriju zahtjeve u oblasti odlučivanja na bazi internih informacija.
- *Rastuća konkurenca* – dobra saradnja sa poslovnim partnerima u velikoj mjeri zavisi od posjedovanja blagovremenih informacija. Zbog toga poslovni sistem teži usavršavanju svog informacionog sistema, jednostavno da bi postao konkurentan na tržištu.
- *Kompatibilnost i mogućnost integracije računarskih komponenti* – dinamičan razvoj računarske tehnologije dovodi do pojave da pojedini modeli računara vrlo brzo zastare. Postoji mogućnost da se stara oprema dogradi nabavkom novih računarskih komponenti.
- *Promjena u zakonskoj regulativi* – klasična tehnologija memorisanja podataka ne omogućava da neki podatak bude trajno zapisan i da budemo sigurni da neće doći do njegove izmjene.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> <http://www.maturskiradovi.net/downloads/Menadzment-informacioni-sistemi%20skripta.pdf>, 18.11.2015., 16:56h

## 12. Značaj informacionih sistema

Upravljanje razvojem i poslovanjem u savremenoj privredi vrši se na osnovu efikasnog sistema informacija o međunarodnom i nacionalnom tržištu i tržišnom okruženju. Sistem informacija omogućava izbor optimalnog rješenja pri odlučivanju i smanjuje rizik i nesigurnost prilikom uključivanja u međunarodnu razmjenu i podjelu rada tako što otkriva zakonitosti međunarodnog i nacionalnog tržišta i tržišnog okruženja. Da bi jedna organizacija mogla da definiše svoje ciljeve i usmjeri svoju aktivnost na njihovo ostvarenje, potrebno je da raspolaže sistemom informacija koji obezbeđuje potrebne inpute za normalno funkcionisanje poslovanja. Usklađivanje tržišnih uslova sa mogućnostima i sposobnostima organizacije predstavlja glavni uslov za planiranje ciljeva, politiku i strategiju, kao i za izradu planova i programa.

Informacioni sistem obezbeđuje: prikupljane podatke iz izvora u organizaciji i izvan nje, klasifikaciju, kodiranje i indeksiranje podataka iz izvora u organizaciji i izvan nje, čuvanje i ažuriranje podataka, ponovno pronalaženje smještenih podataka, obradu podataka, interpretaciju informacije, pravljenje izvještaja i njegovu distribuciju organima koji donose odluke. Informacioni sistem ne obezbeđuje samo informacije za planiranje, izvršenje i kontrolu, već obavlja i niz drugih kreativnih i tehničkih poslova koje su u klasičnom sistemu obavljale organizacione funkcije planiranja i kontrole i tako unosi značajne promjene u organizacionu strukturu i sistem upravljanja. Informacioni sistem omogućava organizaciji da dođe do saznanja o tekućim dešavanjima u određenoj sredini, o eventualnom nastajanju kriznih situacija, kao i određenim dešavanjima koje je teško predvidjeti. Potrebno je izgraditi takav informacioni sistem koji će osigurati željene informacije sa povratnim informacijama (feedback), jer se samo na taj način postižu željeni rezultati prilikom odlučivanja.

Jedna organizacija postoji i funkcioniše u korelaciji sa brojnim privrednim i društvenim subjektima sa kojima posredno ili neposredni komunicira, razvija poslovne odnose i ostvaruje uzajamni uticaj i međuzavisnost. U savremenom okruženju sve više jača međuzavisnost pomenutih subjekata, tako da je u interesu same organizacije da učvrsti dobre odnose u svim situacijama i sa svim akterima koji imaju uticaj na njegovo poslovanje ili zavise od njega. Za poslovni uspjeh organizacije važno je pravovremeno i adekvatno prilagođavanje složenim promjenama u okruženju i nastojanje da utiče na te promjene.

Informacioni sistem omogućava prikupljanje podataka iz internih i eksternih izvora, zatim ih obradom pretvara u informacije i te informacije prenosi menadžerima svih nivoa kako bi mogli da donesu blagovremene i efikasne odluke u planiranju, izvršavanju i kontroli poslova za koje su odgovorni.

Cilj informacionog sistema je da svi zaposleni raspolažu sa informacijama koje su im potrebne u poslovima odlučivanja, planiranja, izvršenja i kontrole. Dakle, sve više raste potreba za efikasnim sistemom informacija za potrebe upravljanja.

Informacioni sistem u svoje djelovanje uključuje ljude (učesnike), podatke i informacije, softver, hardver i procedure. Ovih pet osnovnih komponenti čine informacioni sistem. Prve dvije komponente, hardver i softver, su komponente koje su direktno vezane za računarske tehnologije i ove komponente obezbeđuju potrebne uređaje i alate za rad sa podacima i informacijama. Treću komponentu informacionih sistema, koja je predmet rada informacionog sistema, čine podaci i informacije. Četvrta komponenta su ljudi koji koriste informacioni sistem ili ljudi koji

su angažovani oko njegovog razvoja. Peta komponenta su procedure koje predstavljaju utvrđena pravila ponašanja i rada vezano za informacioni sistem.

Poslovne organizacije imaju potrebu za informacionim sistemom kod:

- kontrole zaliha proizvoda, prodaja, platnih spiskova, akcija na tržištu, cijena roba,
- donošenja odluka sumiranjem i upoređivanjem podataka,
- razmjene podataka i informacija između pojedinaca i sektora na različitim lokacijama,
- čuvanja i organizacije informacija o trendovima kupaca, proizvodima konkurenčije ili cijene rada.

Uvođenjem informacionih sistema omogućava se: brza i precizna obrada podataka, arhiviranje velike količine podataka, brza razmjena podataka, trenutni pristup informacijama, prevazilaženje fizičkih granica poslovnih sistema, automatizacija, podrška donošenju odluka, akumulacija znanja poslovnih sistema i učenje na prethodnim iskustvima.

Uvođenjem informacionih sistema treba da se postigne mjerljiva i nemjerljiva korist za organizaciju. *Mjerljiva korist* se lako može izraziti u novcu i obuhvata uštede i povećanje prihoda uslijed korišćenja informacionog sistema. Ušteda pri uvođenju informacionog sistema obuhvata smanjene cijene rada, smanjene cijene proizvoda, smanjenje cijena nabavke i smanjivanje zaliha. Povećanje prihoda obuhvata povećanu prodaju na postojećim tržištima, kao i proširenje tržišta. *Nemjerljiva korist* se teško kvantifikuje. Ona se ispoljava indirektno preko parametara kao što su poboljšana usluga prema kupcima, veći kvalitet proizvoda, dostupnost kvalitetnijim informacijama, veća iskorišćenost kapaciteta, poboljšani uslovi rada, poboljšano planiranje, poboljšana kontrola resursa, povećana fleksibilnost kompanije i kvalitetnije donošenje odluka.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> [http://www.knowledge-banks.org/informatika\\_09\\_nfps\\_1\\_svi\\_06/lekciye/lekcija1.pdf](http://www.knowledge-banks.org/informatika_09_nfps_1_svi_06/lekciye/lekcija1.pdf), 18.11.2015., 17:21h

## SISTEMI I NAUTIČKI TURIZAM

Slika 5 – Amadeus rezervacioni sistem



Izvor: <http://www.jumbo.rs/u-saradnji-sa-partnerima-sirom-sveta/amadeus/>, 19.11.2015., 17:06h

Slika 6 – Sabre rezervacioni sistem



Izvor: <http://www.turizamiputovanja.com/globalni-distribucioni-sitemi-gds/>, 19.11.2015., 17:57h

### 13. Informacioni sistemi u turizmu

Turizam se danas može smatrati jednom od privrednih djelatnosti čiji se dalji rast svakako može očekivati. Za privredu određene zemlje turizam predstavlja značajan izvor prihoda, a između ostalog je i generator zapošljavanja. Turizam, zbog svoje prirode i karakteristika, obuhvata širok splet pojava koji nastaju prije, za vrijeme i nakon turističkog putovanja, a u svojoj realizaciji zadire ne samo u ekonomski, već i u ekološki i socijalni aspekt života. U brojnim analizama i dugoročnim projekcijama turizam se ocjenjuje kao jedna od najdinamičnijih pojava, a njegova je važnost u razvoju svjetske privrede neprocjenjiva.

Zbog izuzetnog značaja turizma i njegovog uticaja na sve sfere privrede i društva, a znajući da osnova turizma leži u biološkoj potrebi čovjeka za kretanjem u određenom prostoru, možemo zaključiti da bi *ljudi* morali biti u fokusu interesovanja turističkih preduzeća, što na strani korisnika usluga, tj. tražnje, tako i na strani ponude.

Dakle, u turizmu je izuzetno važan odnos sa potrošačima zato što je tražnja dominantna na ovom tržištu, a primjena koncepcije marketinga mora biti imperativ svakog poslovnog uspjeha.<sup>20</sup> Zbog činjenice da je turistička tražnja kilometrima udaljena od prodaje i da se turistički proizvod ne može isprobati prije kupovine, informacioni sistemi u turizmu u mnogome olakšavaju proces kupoprodaje turističkog proizvoda i usluge, bilo da je riječ o komunikaciji između ponude i tražnje, o internet marketingu, o istraživanju konkurenčije i njene ponude, o čuvnju informacija unutar samih turističkih preduzeća, o razmjeni informacija unutar tih preduzeća i drugo.

Međunarodno turističko tržište doživjelo je velike promjene u posljednjih trideset godina zahvaljujući primjeni informacione tehnologije. Svi privredni subjekti iz ove oblasti nalaze se u procesu informatizacije svojih poslovnih funkcija. Informacioni sistemi u turizmu imaju istu funkciju kao i kod drugih djelatnosti, ali ono što je karakteristično za turizam jeste da neke institucije i organizacije razvijaju posebne informacione sisteme za razne vrste usluga, a one samim tim stoje na raspolaganju turističkoj privredi, vladinim i nevladinim turističkim organizacijama, kao i samim turistima i drugim zainteresovanim subjektima za to.

Neki informacioni sistemi namijenjeni su prevashodno menadžerima u preduzećima iz turističke privrede i donosiocima odluka u turističkim organizacijama radi pomoći u vođenju poslovne politike, dok su drugi informacioni sistemi namijenjeni pružanju informacija potencijalnim turistima.

Pored informacionih, veliki značaj imaju i rezervacioni sistemi kao veoma važan dio infrastrukture u distribuciji turističkih proizvoda. Tome je, svakako, veliki doprinos dao razvoj kompjuterizovanih rezervacionih sistema, posebno onih koji omogućavaju *online* rezervaciju.

Skoro svi privredni subjekti koji svoje poslovanje realizuju u sferi turizma, a naročito hotelska preduzeća, nalaze se u uzlaznoj fazi primjene informaciono-komunikacione tehnologije. Posljednjih godina hotelski subjekti uvode informaciono-komunikacionu tehnologiju kao novo

---

<sup>20</sup> Jovanović, R., *E-turizam i satisfakcija potrošača*, Beograd, 2009. – MR, str.4

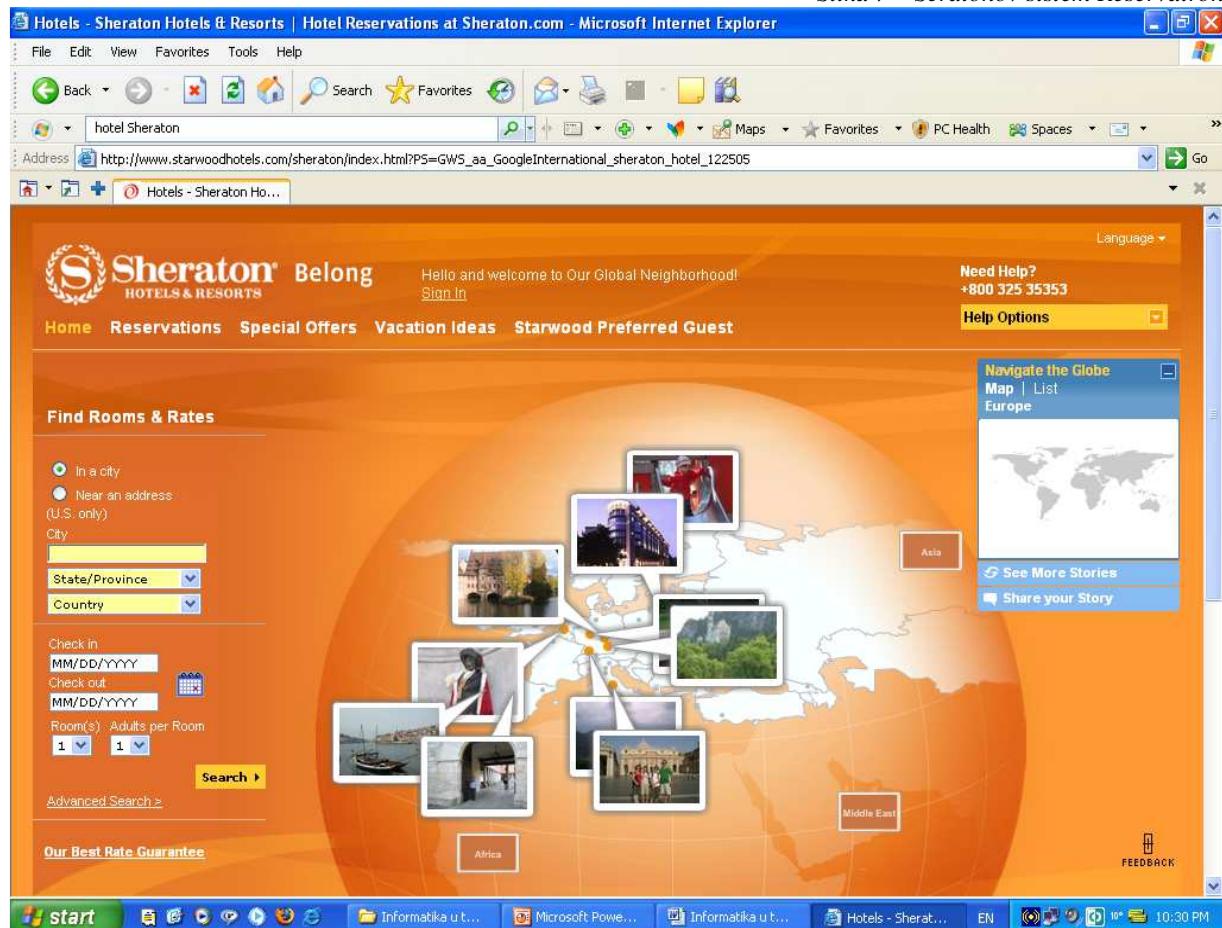
sredstvo upravljanja, konkurentske borbe, komuniciranja sa potencijalnim turistima, kao i uključivanja hotelijerskog parcijalnog turističkog proizvoda u razvijene distributivne sisteme.

Do nedavno se rezervisanje smještaja vršilo se na dva načina:

- u velikim hotelskim lancima smještaj se mogao rezervisati preko centralnog rezervacionog procesora (CRP) uz varijantu da se rezervacija izvrši preko lokalnog rezervacionog sistema i
- u malim i nezavisnim hotelskim subjektima smještaj se mogao rezervisati kroz nezavisni upravljački sistem (PMS – Proprety Management Systems) koji su u najvećem broju slučajeva nepovezani sa centralnim rezervacionim procesorima (CRP) velikih hotelskih lanaca, najčešće zbog nekompatibilne opreme.

U hotelijerstvu se može zapaziti snažni uzlazni trend primjene savremene informaciono-komunikacione tehnologije. U tom pogledu, na tržištu su prednjačile velike hotelske kuće (lanci hotela) međunarodnog značaja, kao što su na primjer „Sheraton” (sa svojim sistemom *Reservatron*), „Holiday Inn” (*Holidex*), „Hyatt” (*Hyattrack*) i drugi.<sup>21</sup>

Slika 7 – Šeratonov sistem Reservatron



<sup>21</sup> Jovanović, R., *E-turizam i satisfakcija potrošača*, Beograd, 2009. – MR, str.23

Izvor:<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiIuYXGlOrJAhWEdQ8KHYs9CskQFggeMAA&url=http%3A%2F%2Fw3.ekof.bg.ac.rs%2Fupload%2F1119EP-2013-IS%2520u%2520hotelijerstvu.ppt&usg=AFQjCNGgtDs55POlQASqIlSVUrGANyjaA&sig2=YoHXEdHhvQWgGNQmJuPtBg>, 19.11.2015., 20:13h

Slika 8 – Holidejinov sistem Holidex

Izvor:<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiIuYXGlOrJAhWEdQ8KHYs9CskQFggeMAA&url=http%3A%2F%2Fw3.ekof.bg.ac.rs%2Fupload%2F1119EP-2013-IS%2520u%2520hotelijerstvu.ppt&usg=AFQjCNGgtDs55POlQASqIlSVUrGANyjaA&sig2=YoHXEdHhvQWgGNQmJuPtBg>, 19.11.2015., 20:14h

Slika 9 – Hajatov sistem Hyattrack

Izvor:<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiIuYXGlOrJAhWEdQ8KHYs9CskQFggeMAA&url=http%3A%2F%2Fw3.ekof.bg.ac.rs%2Fupload%2F1119EP-2013-IS%2520u%2520hotelijerstvu.ppt&usg=AFQjCNGgjtDs55P0lQASqIlSVUrGANYjaA&sig2=YoHXEdHhvQWgGNQmJuPtBg>, 19.11.2015., 20:15h

Preduslov za bilo koji informacioni ili rezervacioni sistem jeste *internet*. Internet je stvorio virtuelno i globalno tržište oslobođeno granica vremena i prostora. Pojava interneta nudi širok spektar mogućnosti za unapređenje poslovanja turističkih preduzeća, koristeći prednost multimedijalne prezentacije turističke destinacije i samog paket-aranžmana zbog, već pomenute, udaljenosti turiste od turističke destinacije.

Internet predstavlja veoma važno strateško, ali i operativno sredstvo koje turistička preduzeća koriste za unapređenje efikasnosti poslovanja. Sva turistička preduzeća imaju potrebu da koriste internet, posebno imajući u vidu prirodu turističkog poslovanja, a to je kupovina sastavnih elemenata turističkog proizvoda unaprijed, bez prethodnog probanja. S obzirom da je u realizaciju poslovanja turističkih preduzeća uključen veliki broj učesnika, neophodno je sistemsko praćenje i koordinacija njihovih aktivnosti kako bi se ostvario profesionalni rezultat. Turistički subjekti u svom poslovanju internet koriste prilikom: upravljanja ključnim elementima turističkog proizvoda, nadgledanja rada svojih poslovnih partnera, komunikacije sa cilnjim tržištem, destinacijom, sopstvenom radnom snagom i drugo.

Internet je globalna kompjuterska mreža koja svojim korisnicima omogućava dostupnost velikom broju informacija, slanje pošte, obavljanje kupovine, razmjenu informacija u formi teksta, zvuka, videa, kreiranje imidža i dr.

Putem interneta, organizatorima putovanja, turističkim agencijama, hotelskim preduzećima, avio-kompanijama, brodskim preduzećima, otvara se niz mogućnosti: prezentacija, prodaja, dostupnost na globalnom tržištu uz smanjene troškove, povećanu brzinu, efikasnost i fleksibilnost. S druge strane, benefiti za potrošače su olakšavanje kupovine raznovrsnih turističkih usluga putem elektronske trgovine uz sačuvanu privatnost, dobijanje mnoštva informacija, i to odmah. Internet omogućava da se tražnja i ponuda susrijeću *online*. Turističke kompanije masovno koriste prednosti *online* poslovanja, a promet *online* turističke industrije procijenjen je na 30 milijardi dolara. S obzirom na direktnu interakciju sa potrošačima, turistički subjekti imaju mogućnost da sagledaju potrebe i želje kupaca, te da svoj proizvod prilagode toj tražnji, odnosno tržišnim uslovima i tako unaprijede poslovanje.

Usljed mogućnosti uzajamnog komuniciranja velikog broja zainteresovanih segmenta potrošača posredstvom interneta, isti značajno utiče na formiranje, održavanje ili promjenu imidža. Mnoge organizacije prikazuju svoje okruženje i njenu specifičnu atmosferu na internetu, te zainteresovanim internet potrošačima stvaraju osjećaj prisutnosti iako su fizički udaljeni.

Da bi opstala i uspjela na duži rok, turistička preduzeća moraju biti sposobna da zadovolje potrebe svojih sadašnjih i potencijalnih korisnika usluga. Zato se ta preduzeća ne bave proizvodnjom i prodajom turističkih usluga, već zadovoljenjem potreba svojih korisnika.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Jovanović, R., *E-turizam i satisfakcija potrošača*, Beograd, 2009. – MR, str.13

## 14. Uticaj novih tehnologija na sisteme prodaje u turizmu

Uočljiva je, takođe, i globalizacija informacionih sistema, koja je povezana sa globalizacijom tržišta, odnosno sa potrebom za sakupljanjem i distribucijom globalnih informacija. Tipičan primjer za ovu vrstu korišćenja tehnoloških dostignuća jesu globalni distributivni sistemi (GDS) Amadeus, Sabre, Galileo i dr. Takođe, uočljive su i tendencije ka stvaranju turističkih informacionih sistema, odnosno destinacijskih baza podataka u cilju pomoći pri donošenju odluka na svim nivoima. Informacioni sistemi u turizmu, prije svega kompjuterski rezervacioni sistemi povezani sa destinacijskim bazama podataka, olakšavaju prevazilaženje važnog problema vezanog za marketing turističkog proizvoda – njegove neopipljivosti. Kao što je poznato, potencijalni potrošači u turizmu se ne mogu unaprijed i na licu mjesta uvjeriti u kvalitet i karakteristike turističkog proizvoda. S druge strane, potencijalni turisti su zainteresovani za dobijanje želenih informacija o kvalitetu i karakteristikama turističkog proizvoda u cilju povećanja njegove opipljivosti. Ta vrsta informacija se pruža kroz prosec tržišnog komuniciranja. Određene vrste kompjuterskih rezervacionih sistema obezbjeđuju niz informacija o turističkim proizvodima.<sup>23</sup>

### 14.1. Globalni distributivni sistemi

Globalni distributivni sistem (GDS) je informaciono-komunikacioni sistem namijenjen za prodaju usluga u turističkoj industriji, koji povezuje, s jedne strane pružaće usluga u turističkoj privredi, a sa druge strane prodavce ovih usluga.

Na strani ponude, u GDS-u su uključeni svi segmenti turističke industrije koji se nude na globalnom tržištu: avio saobraćaj, hoteli, rent-a-car, železnica, autobuski prevoz, feri linije, brodske linije, turistički paket aranžmani, razgledanje grada, kulturne i sportske priredbe i dr.

Koristeći iskustva avio-preduzeća, i ostali segmenti turističke industrije uvode globalne distribucione sisteme u svoje poslovanje. Hotelske aplikacije u GDS-u pružaju sljedeće informacije: spisak svih hotela u jednom gradu koji prodaju svoje usluge posredstvom GDS-a, predložen vid transporta od aerodroma do hotela, položaj hotela u odnosu na centar grada, sve informacije o hotelu uključujući adresu, broj telefona i faksa, udaljenost hotela u odnosu na aerodrom ili centar grada, sadržaj hotela i sve informacije koje gost želi da zna o hotelu, cijena sobe izražena u valuti po kojoj hotel prodaje svoje usluge, opis sadržaja sobe, informacije o poslovnoj politici hotela i raspoloživost soba. I ostale aplikacije u ponudi globalnih distribucionih sistema prikazane su tako da daju sve precizne i neophodne informacije kako bi kupac tačno znao šta kupuje i pod kojim uslovima.

Plasirajući svoju ponudu kroz GDS pružaoci usluga u turističkoj industriji prisutni su na cjelokupnom svjetskom tržištu.

Razlozi svih pružaoca usluga da koriste GDS su sljedeći:

- mogućnost da svoju ponudu plasiraju na cjelokupnom svjetskom tržištu,

<sup>23</sup> Jovanović, R., *E-turizam i satisfakcija potrošača*, Beograd, 2009. – MR, str.14

- usluge se prodaju na preko 330 000 prodajnih mjeseta,
- sve informacije o ponudi dostupne su *online* 24 časa, 7 dana u nedjelji,
- sve izmjene u ponudi istog trenutka su dostupne korisnicima,
- neograničen broj informacija koje pružaoc usluge želi da uputi/prenese,
- ušteda u troškovima poslovanja i dr.

Uključenjem u globalni distribucionalni sistem turističke agencije ostvaruju: neograničenu ponudu turističkih usluga, mogućnost da zadovolje svaku tražnju putnika, prihod od provizije za prodane usluge, pojednostavljeni poslovni procesi, red vožnje, cijene usluga, automatsko izdavanje karata, automatski obračun, mogućnost efikasnijeg uticaja na povećanje sopstvenog prihoda, veću produktivnost zaposlenih, pristup ogromnom broju informacija, školovanje i usavršavanje zaposlenih, prestiž u odnosu na turističke agencije koje ne koriste GDS i uštede u troškovima poslovanja.

Danas u svijetu postoji desetak globalnih distribucionalnih sistema. U Sjevernoj Americi najpoznatiji su: Sabre, Worldspan, Gets i Galileo, u Evropi je to Amadeus, u Australiji to je APD, a u Aziji: Axess, Abacus i Infini.

Dakle, GDS je nezaobilazni distributivni kanal prodaje za sve pružaoce usluga u turističkoj industriji koji žele da svoje usluge prodaju na svjetskom tržištu.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Jovanović, R., *E-turizam i satisfakcija potrošača*, Beograd, 2009. – MR, str.15

## 15. Informacioni sistemi u nautičkom turizmu

U prethodnim poglavlјima smo već pomenuli da je nautički turizam specifični oblik turizma obilježen kretanjem turista plovilima po moru ili rijekama, uključujući i njihovo pristajanje u lukama i marinama opremljenim infrastrukturom za njihovo prihvatanje.

Ovaj vid turizma postaje sve popularniji oblik turizma, koji iz godine u godinu uključuje sve veći broj ljudi koji uživaju u ovom vidu turizma, a time bilježi i sve veći finansijski efekat.

Razvoj nautičkog turizma je nedovoljno zastupljen u crnogorskoj literaturi. To bi trebalo da stimuliše veću naučnu i istraživačku aktivnost u ovoj oblasti, jer je evidentno da razvoj nautičkog turizma značajno može da unaprijedi konkurenčnu sposobnost Crne Gore kao destinacije nautičkog turizma. Prirodni potencijali Crne Gore su idealni za razvoj ove vrste turizma, koji prema ostvarenim prihodima u svijetu predstavlja unosan oblik turizma. Mišljenja o korisnosti razvoja nautičkog turizma na ovim prostorima ističu određene efekte od koji su najvažniji prihodi od lučkih taksi, naknada i usluga, kao i prihod od potrošnje posjetilaca.

Istraživanjem osnovnih resursa crnogorskih marina (kadrovski potencijali, vrste i cijene osnovnih lučkih usluga, njihova promocija i distribucija, prirodne i druge karakteristike koje čine njihov nautički imidž), ustanovljeno je da postoje značajna kadrovska ograničenja, koja često uslovljava sezonski karakter dolaska, privezivanja i čuvanja brodića. Dalje, informisanje bi trebalo da bude na mnogo većem nivou. Na većini sajtova postoji veliki broj pozicija, ali one sadrže samo uopštene podatke u pogledu cijena, uslova i dr. Nedostaju mnogi značajni podaci o frekfenciji dolazaka i odlazaka po vrsti brodića, porijekla, vremenu boravka i dr.<sup>25</sup>

Zbog glavne karakteristike svih vidova turizma, pa time i nautičkog turizma, da se proizvod ili usluga iz ove oblasti kupuje na daljinu, tj. bez mogućnosti probanja proizvoda prije kupovine, pa i nemogućnosti opipavanja proizvoda prije kupovine, djelatnost nautičkog turizma je neodvojiva od savremene tehnologije, odnosno od internet usluga, a time i od informacionih sistema.

Informacioni sistemi u nautičkom turizmu imaju za cilj da povežu ponudu i potražnju, a time i da poboljšaju svoje poslovanje. Najpoznatiji informacioni sistem na turističkim brodovima jeste Micros Fidelio Cruise. Oblasti koje su u nautičkom turizmu neodvojive od informacionih sistema jesu sljedeće:

- upravljanje poslovanjem,
- planiranje,
- odlučivanje,
- računovodstvo,
- prodaja,
- plaćanje,

---

<sup>25</sup> Delibašić, M., *Specifičnosti i mogućnosti razvoja nautičkog turizma u Crnoj Gori na primjeru „MC Marina Budva“*, str.114

- rezervacije,
- marketing,
- upravljanje cijenama,
- upravljanje ljudskim resursima,
- kreiranje ponude,
- istraživanje tražnje i konkurencije,
- komuniciranje sa tražnjom, konkurenjom i dobavljačima usluga,
- izvještavanje o poslovanju,
- rješavanje reklamacija i dr.

Fenomenalan razvoj tehnologije – posebno interneta, doveo je do fundamentalnih promjena i u poslovanju brodskih kompanija, luka i marina. Internet je postao dio svakodnevice, poput telefona ili televizora. Internet se može koristiti preko različitih uređaja. U svijetu je već počela i zavladala era mobilnih uređaja, a sa njima i jednostavni princip: *na bilo kom mjestu, u bilo koje vrijeme i preko bilo kog uređaja pristupi internetu*. Ova činjenica je dovela do toga da se kupovina velikog broja krstarenja obavi upravo putem interneta, što svaku brodsку kompaniju uslovjava da kontakt s potrošačima i poslovnim partnerima uspostavlja upravo na ovaj način.

Ljudi svakodnevno koriste internet kako bi bili informisani i kako bi se lakše prilagodili svom okruženju. Jedan od najbitnijih aspekata, koji čine internet zanimljivim i korisnim, je taj što internet predstavlja i slike i tekst na način koji korisnicima omogućava da efikasnije „upiju“ informacije. Internet je omogućio da se na hiljade preduzeća, potrošača, zaposlenih i drugih aktera umreže i povežu u cilju razmjene informacija.

Pogodnosti korišćenja interneta u nautičkom turizmu se ogledaju u:

- brz, masovnoj i jeftinoj komunikaciji,
- proširenju tržišta. Veliki broj servisa omogućava da poruke veoma brzo stignu sa jednog na drugi kraj svijeta. Zahvaljujući tim osobinama interneta, pružaju se neslućene mogućnosti da atraktivni, a nedovoljno afirmisani turistički prostori postanu dostupni mnogobrojnim potencijalnim turistima,
- značajnom sniženju troškova. Troškovi isporuka informacija preko interneta daleko su niži, kao i sama realizacija isporučenih proizvoda, u odnosu na drugu vrstu fizičke isporuke,
- mogućnost stalnog komuniciranja sa potencijalnim turistima na čitavoj planeti,
- poboljšanju kvaliteta proizvoda i usluga,
- kreiranje novih proizvoda i usluga,
- mogućnost izuzetno kvalitetne promocije svog proizvoda,
- mogućnost prodaje bez posrednika,
- mogućnost dobijanja detaljnih informacija na World Wide Web-u,
- efikasnijem korišćenju vremena potencijalnih turista s obzirom na mogućnost brzog rezervisanja i elektronskog plaćanja,
- obezbijedivanju više pravih i potpunih informacija u jedinici vremena,
- efikasnijoj kontroli u sprovodenju ciljeva i akcija preduzeća.

Značaj interneta za nautički turizam je naglo porastao u proteklih par godina, s pojavljivanjem društvenih mreža. Socijalne mreže imaju veliku ulogu u turističkom sektoru. Dijeljenje informacija, slika i poruka kroz socijalne mreže i razne blogove, ali i druge platforme je od

velike važnosti pri predstavljanju turističkog proizvoda. Potrošači koriste sve ovo da dobiju povratne informacije, dok se kompanije i destinacije trude da nauče da rade i maksimalno iskoriste potencijal socijalnih mreža na adekvatan i profesionalan način.

Samim tim, socijalne mreže su doobile posebnu ulogu u marketingu nautičkog turizma. One su fundamentalno promijenile način na koji turisti pretražuju, nalaze, čitaju i vjeruju informacijama o svim destinacijama, smještaju, iskustvima i svim kompanijama koje nude turističke usluge. One su, takođe, promijenile odnos turiste s drugim turistima, ali i odnos turiste sa svima koji nude turističke usluge. Pretraživajući mnogobrojne sadržaje postavljene na internetu od strane drugih turista, turista postaje učesnik u marketingu, kreiranju, dizajniranju i konzumiraju turističko-nautičkih usluga i proizvoda, jer ih sve te informacije inspirišu i motivišu da izaberu i dizajniraju sopstveni personalizovani itinerer.

Slika 10 – Fejsbuk stranica marine Porto Montenegro



Izvor: <https://www.facebook.com/PortoMNE>, 20.11.2015., 20:52h

Cilj svake društvene mreže je da stvori odnos povjerenja između nje i njenih korisnika. Brža i lakša razmjena informacija, interaktivnost i neslućene mogućnosti u prezentaciji sopstvenih proizvoda, sa odgovarajućim ekonomskim efektima, doveli su do velike popularnosti i razvoja društvenih mreža, iako su neke od njih nastale sa potrebom povezivanja određenih grupa, uzrasta ili zabave, vrlo brzo su postale osnova svih vrsta poslovanja, a posebno u turizmu.<sup>26</sup>

<sup>26</sup> Makarova, N., *Nautički turizam Crne Gore*, Beograd, 2014. – MR, str.47

Uvidjevši prednosti društvenih, tj. socijalnih mreža, mnoge marine u Crnoj Gori dio



promotivnih aktivnosti vrše upravo putem *facebook-a*, *twitter-a*, internet blogova i sl. Marina Porto Montenegro najveći dio svog poslovanja obavlja putem interneta (*web site*, *facebook*, *twitter* i dr.).

Slika 11 – Marina Porto Montenegro na

Tviteru (1) Slika 12 – Marina Porto Montenegro na Tviteru (2)

Izvor:[https://twitter.com/porto\\_monte/media](https://twitter.com/porto_monte/media),

20.11.2015., 21:25h

Izvor:<https://twitter.com/welcome/interests/search?q=porto%20montenegro>, 20.11.2015., 21:22h

Iako se ekspanzija društvenih mreža nastavlja, u cilju promocije, a i prodaje usluga u nautičkom turizmu, veliku ulogu u savremenom društvu imaju i *web site*-ovi.

Ono što karakteriše dobar *web site* jeste njegovo brzo i jednostavno pronalaženje. Ne smijemo zaboraviti da se prvi kontakt sa potencijalnim turistom više ne ostvaruje ni lično, niti putem telefona, već putem *web site*-a kompanije. To je dobar razlog za kreiranje kvalitetne *web stranice* koja će ostaviti dobar prvi utisak (jer šansu za još jedan prvi utisak kompanija neće imati više nikada) i koja će posjetiocu omogućiti komunikaciju sa kompanijom u vidu rezervacija, slanje pošte i sl.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> Makarova, N., *Nautički turizam Crne Gore*, Beograd, 2014. – MR, str.50

## 16. Tendencije daljeg razvoja informacione tehnologije u turizmu

Trenutno stanje na međunarodnom turističkom tržištu, kao i stanje na polju primjene dostignuća iz oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija, diktira i glavne trendove njene primjene u turističkom poslovanju. Primjena informacione tehnologije u preduzećima turističke privrede u svijetu prati primjenu informacione tehnologije u kompanijama razvijenih zemalja u većini privrednih delatnosti. Ovo posebno važi kada je u pitanju kompjuterizacija tzv. *back-office* poslova. Razvoj, i posebno globalizacija poslovanja u turizmu, donio je potrebu za elektronskim povezivanjem kako samih nosilaca ponuda, bilo subjekata u okviru jedne kompanije, bilo pojedinih kompanija međusobno, tako i ponude sa jedne strane, i tražnje sa druge strane. Ključnu ulogu u tom pogledu odigrao je razvoj informaciono-komunikacione tehnologije.

Značaj sistema rezervacija u distribuciji turističkih proizvoda doveo je do njihove snažne automatizacije kod vodećih nosilaca turističke ponude. Velike kompanije su vodeće u primjeni informacione tehnologije, a posebno savremene rezervacione tehnologije i to iz dva ključna razloga:

- obim poslova proistekao iz njihove veličine, kao i broj veza sa okruženjem, pred njih postavljaju imperativ primjene informacione tehnologije i
- imaju najveće finansijske mogućnosti da podnesu troškove automatizacije cjelokupnog poslovanja.<sup>28</sup>

Na području distribucije turističkih usluga, vodeći ulogu imaju globalni distributivni sistemi (GDS) i njihove alijanse u vlasništvu najvećih avio-kompanija svijeta. Međunarodni hotelski lanci i hotelske predstavnicike kompanije razvile su ili ubrzano razvijaju sofisticirane elektronske rezervacione sisteme. Veliki hotelski lanci time su izbjegli direktnu zavisnost od GDS-a.

---

<sup>28</sup> Jovanović, R., *E-turizam i satisfakcija potrošača*, Beograd, 2009. – MR, str.24

## Zaključak

Informacione tehnologije imaju ključni uticaj na savremeno društvo i zato se slobodno može reći da mi živimo u informatičkom dobu. Način razmjene i prenosa, kao i količina najrazličitijih informacija danas su veći nego ikada. Informacione tehnologije su danas sastavni dio života u takvoj mjeri da je praktično nezamislivo funkcionisanje bilo kog dijela naše egzistencije bez njih.

Poslovanje, komunikacija pa i svakodnevni život, oslanjaju se na pogodnosti koje nude različite oblasti korišćenja računara i odgovarajućih tehnologija. Razvoj računara i programa, a u isto vrijeme sve složeniji zahtjevi od strane krajnjih korisnika računarskih tehnologija, uslovili su pojavu velikog broja različitih rješenja namijenjenih poslovnoj primjeni. Njihov osnovni cilj jeste unapređenje poslovanja. Ono što se očekuje jeste povećanje produktivnosti i bolja podrška kupcima. Novi oblici informacionih usluga (elektronsko poručivanje, *online* rezervisanje, kupovina na daljinu, itd.) omogućavaju sprovođenje kvalitetne poslovne politike preduzeća.

Upotreba informacionih tehnologija ima sve veću upotrebu u formiranju novih proizvoda i usluga. Kako internet omogućava brz i neograničen pristup bilo kojoj vrsti informacije, bilo gdje u svijetu, industrija putovanja i turizma je postala jedan od glavnih sektora koji ima koristi od informacionog doba.

Na osnovu izloženog možemo zaključiti da informacioni sistemi grade neraskidivu vezu s turističkom djelatnošću, a time i sa samim nautičkim turizmom. Razlog za to jeste konstantna prostorna razdvojenost turističke tražnje i turističke ponude. Informacioni sistemi, dakle, prevazilaze barijeru prostorne udaljenosti tražnje od ponude nautičkog turizma. S tim u vezi, informacioni sistemi imaju veliki značaj i za potrošače, tj. turiste, a i za nautičko-turističke kompanije.

S obzirom na činjenicu da se proizvod u nautičkom turizmu ne može isprobati prije kupovine i činjenicu da se taj proizvod kupuje unaprijed, informacioni sistemi su omogućili da i takva vrsta proizvoda postane sve „opipljivija”, a to je moguće posredstvom multimedijalnih prezentacija proizvoda, da li putem fotografija, videa ili nečeg trećeg. Razvojem informacione tehnologije stvaraju se i novi tipovi proizvoda i usluga u nautičko-turističkoj industriji, od čega će korist imati svakako turisti, jer će bolje zadovoljiti svoju potrebu za promjenom mjesta boravka. Njima je omogućeno da putem jednog klika dosegnu daleko. Informacioni sistemi turistima štede trud, vrijeme, a i novac koji bi utrošili tražeći odgovarajući nautički proizvod, dakle, olakšava i ubrzava kupovinu nautičkog proizvoda.

S druge strane, informacioni sistemi su i te kako značajni za poslovanje nautičkih kompanija. Oni ubrzavaju proces prodaje, odnosno uz pomoć informacioni sistema lakše i jednostavnije se pronalaze nova i proširuju stara ciljna tržišta. Uz pomoć razvijenih informacionih sistema, nautičko-turističke kompanije na jednostavne načine istražuju tražnju, konkureniju i ostale elemente turističkog tržišta, te je proces kreiranja novih proizvoda, koji će odgovarati tražnji, a

biti bolji od konkurentskega, jednostavan i uproščen. Uloga informacione tehnologije u marketing poslovanju nautičkih kompanija je nemjerljiva. Značaj se ogleda u smanjenju troškova i bržem dolaženju do cilja. U savremenom svijetu najvažniji distributivni kanal jeste *web site* preko kog se može vršiti prodaja proizvoda uz jako niske troškove u odnosu na klasičan vid marketing aktivnosti.

Pored uloge informacionih sistema u povezivanju tražnje i ponude, oni poslovanje nautičko-turističkih kompanija olakšavaju na način što sve sfere poslovanja, sve sektore i službe povezuju u jednu cjelinu, te na toj osnovi olakšavaju praćenje, organizaciju i kontrolu u kompaniji.

Najveći rizik ovakvog načina poslovanja u Crnoj Gori ogleda se u nedostatu svijesti o prednosti informatičkog poslovanja, u nedostatu povjerenja u informacije prikupljene na taj način, a i u nedostatu adekvatno obučenog osoblja.

Kako bi se umanjio rizik koji ovakav vid poslovanja nosi sa sobom u Crnoj Gori, neophodno je najprije podići svijest o prednostima informacione tehnologije, posebno u sferi nautičkog turizma i turizma uopšte. Time zaključujemo da je neophodno osnovati organizaciju za unapređenje informatičkog poslovanja kod privrednih preduzeća. Stiće se utisak da su velike nautičke kompanije, potom hotelski lanci i ostala velika preduzeća iz turističke branše shvatila značaj informacionih sistema za poboljšanje svog poslovanja, upravo zbog specifičnosti turizma kao privredne djelatnosti djelatnosti. Jedno od glavnih zadataka pomenute organizacije bilo bi upravo to povezivanje velikih sa malim i srednjim preduzećima kako bi im predočili značaj upotrebe informacionih sistema i dali prijedloge za korišćenje određenih softvera.

Govoreći o softverima, neizbjegno je ponovo pomenuti Microsoft-ov Fidelio Cruise, koji su prihvatile skoro sve veće nautičko-turističke kompanije širom svijeta. Riječ je o softveru koji nautičko-turističkim kompanijama olakšava poslovanje u smislu jednostavnog kreiranja ponude, rezervisanja, povezivanja sektora, obračuna, određivanja cijena i sl. Dakle, pomenuta organizacija za unapređenje informatičkog poslovanja imala bi zadatak da predloži i prednosti korišćenja softvera u poslovanju.

Napomenimo da u Crnoj Gori vlada slabo povjerenje u informatičke podatke. Problem je nastao uslijed nedovoljno čestog ili rijetkog ažuriranja informacija koje preduzeća postavljaju na internetu, te se podaci u realnosti i te kako razlikuju u odnosu na one koje korisnici vide na internetu. Tek kada sve nautičko-turističke kompanije počnu ozbiljnije da se odnose prema informatičkoj strukturi možemo govoriti o povećanju povjerenja u podatke koji se nalaze na u bazi internet podataka.

Potom, jedan od važećih i aktuelnih problema ne samo u informatici nautičkog turizma, turizma uopšte, nego i svih branši, jeste odsustvo adekvatno obučenog kadra. U razgovoru sa manjim brojem radnika u privredi Crne Gore došli smo do zaključka da svaki softver shvataju kao otežavajuću okolnost (više radnih zadataka), a ne kao pomoć u poslovanju. Dakle, samo dobro obučen kadar moći će korišćenje softvera, i računara uopšte, vidjeti kao pomoć u poslu. Ovim ne mislimo samo na obuku nižerangiranog, već i rukovodećeg kadra, koji će biti spremam da uz pomoć svojih poslovnih mogućnosti i ličnih kompetencija (autoriteta) kod svojih radnika prenese svoje pozitivno viđenje o informatičkoj tehnologiji, sistemu i društvu, generalno.

Gore navedeni prijedlozi za rješenje aktuelnih problema predstavljaju samo početak u razvoju svijesti o značaju informacionih sistema u nautičkom turizmu, posebno zbog specifičnosti turizma kao privredne djelatnosti, koja se odnosi na udaljenost turističke tražnje od turističke ponude, kao i zbog nemogućnosti probanja proizvoda, odnosno ponude, prije kupovine.

### **Spisak slika i grafikona**

#### Spisak slika

Slika 1 – Marina Porto Montenegro.....	8
Slika 2 – Luka Kotor.....	8
Slika 3 – Informacioni sistemi (1) .....	26
Slika 4 – Informacioni sistemi (2) .....	26
Slika 5 – Amadeus rezervacioni sistem .....	38
Slika 6 – Sabre rezervacioni sistem .....	38
Slika 7 – Šeratonov sistem Reservatron.....	40
Slika 8 – Holidejinov sistem Holidex .....	41
Slika 9 – Hajatov sistem Hyattrack.....	41
Slika 10 – Fejsbuk stranica marine Porto Montenegro .....	47
Slika 11 – Marina Porto Montenegro na Tviteru (1) .....	48
Slika 12 – Marina Porto Montenegro na Tviteru (2) .....	48

#### Spisak grafikona

Grafikon 1 – Razvrstavanje nautičkog turizma .....	17
Grafikon 2 – Funkcije u informacionom sistemu .....	29

## Literatura

### Knjige

1. Delibašić, M., *Specifičnosti i mogućnosti razvoja nautičkog turizma u Crnoj Gori na primjeru „MC marina Budva“*, Kotor, 2013.
2. Jovanović, V., *Tematski turizam*, Beograd, 2013.
3. Kovačić, M., *Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma*, Rijeka, 2004.
4. Luković, T., *Nautički turizam – definicije i dileme*, Dubrovnik, 2007.
5. Luković, T., *Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje*, Dubrovnik, 2007.
6. Njeguš, A., *Informacioni sistemi u turističkom poslovanju*, Beograd, 2010.
7. Poliščuk, dr J., *Projektovanje informacionih sistema*, Podgorica, 2007.
8. Radojević, T., *Uloga savremenih informacionih tehnologija u poslovanju hotelskih preduzeća i turističkih agencija*, Beograd

### Master, diplomski, specijalistički i seminarski radovi

1. Vidović, S., *Razvoj opštine Tivta kroz projekte nautičkog turizma*, Tivat, 2015. – SR
2. Đuričić, D., *Informacioni sistem u poslovnim organizacijama*, Bar, 2013. – SR
3. Jovanović, R., *E-turizam i satisfakcija potrošača*, Beograd, 2009. – MR
4. Makarova, N., *Nautički turizam Crne Gore*, Beograd, 2014. – MR
5. Mjesecević, Z., *Strategija razvoja nautičkog turizma sa posebnim osvrtom na Porto Montenegro*, Tivat, 2014. – SR
6. Omanović, D., *Kvaliteta usluge u lukama nautičkog turizma*, Rijeka, 2013. – DR
7. Subotić, N., *Elektronsko poslovanje turističkih kompanija*, Beograd, 2006. – DR
8. Ćirić, A., *Informacioni sistemi u konceptu upravljanja ljudskim resursima u hotelijerstvu*, Beograd, 2012. – MR

### Internet

1. <http://www.fms-tivat.me/download/spec-radovi/Zorica-Mjesecovic-Specijalisticki-rad.pdf>
2. [http://www.fms-tivat.me/download/spec-radovi/Silvana\\_Vidovic.pdf](http://www.fms-tivat.me/download/spec-radovi/Silvana_Vidovic.pdf)
3. [http://www.ef.uns.ac.rs/Download/razvoj\\_is/2009-03-17\\_informacioni\\_sistemi.pdf](http://www.ef.uns.ac.rs/Download/razvoj_is/2009-03-17_informacioni_sistemi.pdf)
4. <http://www.ef.uns.ac.rs/Download/ris/staro-2012-04-03/2011-06-29-master-razlika-deo-1.pdf>
5. <http://itrevizija.ba/wp-content/materijal/razno/PojamInformacionihSistemia.pdf>
6. [http://www.fms-tivat.me/predavanja3god/Nauticki\\_turizam1.pdf](http://www.fms-tivat.me/predavanja3god/Nauticki_turizam1.pdf)
7. <http://nautickiturizamucg.blogspot.com/>
8. <http://plava-zastavica.org.me/02/Prirucnik%20za%20marine.pdf>
9. [hrcak.srce.hr/file/80118](http://hrcak.srce.hr/file/80118)

10. <http://www.maturskiradovi.net/downloads/Menadzment-informacioni-sistemi%20skripta.pdf>
11. [http://www.knowledge-banks.org/informatika\\_09\\_nfps\\_1\\_svi\\_06/lekcije/lekcija1.pdf](http://www.knowledge-banks.org/informatika_09_nfps_1_svi_06/lekcije/lekcija1.pdf)
12. <http://www.pfri.uniri.hr/knjiznica/NG-dipl.LMPP/172-2013.pdf>